



TAMPEREEN
AMMATTIKORKEAKOULU

METSÄ FORESTIN SISÄISEN ASIAKASPALVELUN ONNISTUMINEN KENTTÄHENKILÖSTÖN TUKIPALVELUISSA

Jussi Reko

Opinnäytetyö
Syyskuu 2016
Metsätalous



TIIVISTELMÄ

Tampereen ammattikorkeakoulu
Metsätalouden koulutusohjelma

REKO, JUSSI

Metsä Forestin sisäisen asiakaspalvelun onnistuminen kenttähenkilöstön tukipalveluissa

Opinnäytetyö 43 sivua, joista liitteitä 5 sivua
Syyskuu 2016

Tämä opinnäytetyö on tutkimus- ja kehitystyö, jonka tavoitteena oli selvittää Metsäliitto Osuuskunnan puunhankinnan, eli Metsä Forestin sisäisen asiakaspalvelun nykytila ja -taso. Tutkittavana olivat sisäisen asiakaspalvelun palveluneuvot sekä asiakaspalveluryhmä, joiden tehtävänä on tuottaa tuki- ja neuvontapalveluja Metsä Forestin metsäasiantuntijoille.

Tutkimusprosessi alkoi taustatutkimuksella, jossa käsiteltiin sisäistä asiakas- ja tukipalvelua, ja pyrittiin ymmärtämään siihen liittyviä lainalaisuuksia. Taustatutkimusta tehtiin lisäksi tutkimukseen liittyvistä tehtäväkuvista sekä työn tilaajasta organisaationa.

Tutkimusaineisto kerättiin tässä opinnäytetyössä kyselytutkimuksella, joka lähetettiin kaikille Metsä Forestin ostoiesimiehille. Kyselytutkimus toteutettiin sähköpostikyselynä, ja sen vastaajille esitettiin sekä laadullisia, että määrällisiä kysymyksiä. Kysymyksillä pyrittiin selvittämään muun muassa tukipalvelujen saatavuutta, niiden tarvetta sekä luotettavuutta. Luottamuksellinen aineisto on poistettu julkisesta raportista, ja julkisen raportin tulokset-luvussa käytetyt tutkimustulokset sekä niiden pohdinta ja johtopäätökset ovat mukautettuja.

Kyselyn vastausprosentiksi tuli 55,4, ja vastausten perusteella luotiin työn tilaajalle kehittämisraportti. Kehittämisraporttiin koostettiin selvitys Metsä Forestin sisäisen asiakaspalvelun nykyisestä tasosta ja laadusta. Lisäksi raporttiin laadittiin kehitysehdotukset ja -kohteet, joiden perusteella Metsä Forestilla voidaan kehittää sisäistä asiakaspalvelua.

ABSTRACT

Tampereen ammattikorkeakoulu
Tampere University of Applied Sciences
Degree Program in Forestry

REKO, JUSSI

Internal Customer Service's Success in Providing Support to Metsä Forest's Field Staff

Bachelor's thesis 43 pages, appendices 5 pages
September 2016

This thesis is a research and development work about Metsä Forest's internal customer service. The main purpose of this thesis was to research Metsä Forest's internal customer servants. Metsä Forest has customer service advisors and a separate group responsible for customer service, whose job is to advise and produce support to Metsä Forest's Forest Experts.

A first step of the research process was to study the internal customer service, and understand its background thoroughly. Additionally, job titles related to the research were completely examined.

After the background research, a survey was carried out. The survey was sent to Metsä Forest's workers, who are operating wood trade in their jobs. The survey was executed as an email-survey, and it included both quantitative and qualitative questions. The survey's primary objective was to investigate availability, need and reliability of Metsä Forest's internal customer service. Confidential material has been removed from the public report, and results included in the fifth paragraph have been adjusted.

A response rate of the survey was 55,4 % and a development report on the grounds of the results was made for Metsä Forest. A report of internal customer service's current quality was made in the development report. Moreover, suggestions for improvement were included too, which helps Metsä Forest to improve their internal customer service.

Key Words: wood acquisition, support service, internal customer service

SISÄLLYS

1	JOHDANTO	5
2	METSÄ FOREST JA ORGANISAATION TEHTÄVÄJAKO	6
2.1	Metsä Forest organisaationa.....	6
2.2	Tehtäväkuvat	6
2.2.1	Metsäasiantuntijat.....	7
2.2.2	Palveluneuvojat	8
2.2.3	Asiakaspalveluvastaava.....	9
3	ASIAKASPALVELUSTA SISÄISEEN ASIAKASPALVELUUN	11
3.1	Asiakaspalvelu	11
3.2	Asiakaspalvelija	11
3.3	Sisäinen asiakas- ja tukipalvelu	13
3.4	Sisäisen asiakaspalvelun laadun merkitys metsäpalveluyrityksen kilpailukyvyllä	15
4	TUTKIMUSMENETELMÄT JA AINEISTO	18
4.1	Tutkimusmenetelmä.....	18
4.2	Aineisto ja tutkimuksen toteutus	19
5	TULOKSET	20
5.1	Vastaajan piiri ja palvelusvuosien määrä.....	20
5.2	Metsäasiantuntijoiden tukipalvelujen tarve	21
5.3	Onko tukipalvelujen tarve suurimmillaan tiettyä ajankohtana?.....	22
5.4	Tukipalvelujen jakaantuminen eri aihealueisiin	23
5.5	Tukipalvelujen vastaukset ja niiden luotettavuus	24
5.6	Yleisimmät yhteydenottotavat	25
5.7	Tukipalvelujen tärkeys työtehtävien hoidon kannalta	27
5.8	Kuinka nopeasti tukipalvelut on saatavilla?	29
5.9	Avoimet kysymykset	32
6	POHDINTA JA JOHTOPÄÄTÖKSET	33
6.1	Mukautetut tulokset.....	33
6.2	Yleinen pohdinta ja johtopäätökset.....	34
	LÄHTEET	37
	LIITTEET.....	39
	Liite 1. Kyselylomake	39

1 JOHDANTO

Tämän opinnäytetyön tarkoituksena on selvittää, miten laadukkaasti Metsä Groupin puunhankinnan liiketoiminta-alueen, eli Metsä Forestin, sisäinen asiakaspalvelu toimii. Metsä Forestin ulkoisten asiakkaiden, kuten metsänomistajien ja jäsenten, palvelemisessa on erityisen tärkeää, että heidän tarpeensa täytetään ja että he saavat positiivisen asiakaskokemuksen Metsä Forestilta. Jotta ulkoisia asiakkaita voitaisiin palvella mahdollisimman tehokkaasti, tarvitsevat ulkoisiin asiakkaisiin yhteydessä olevat henkilöt, tässä tapauksessa Metsä Forestin kenttähenkilöstö, tuekseen muita yrityksen työntekijöitä ja toimintoja. Metsä Forestilla kenttähenkilöstön tukipalveluja ja -toimintoja tuottavat palveluneuvojat sekä asiakaspalveluryhmä.

Tämän työn tavoitteena on selvittää Metsä Forestin sisäisen asiakaspalvelun tämänhetkinen laatu sekä mahdolliset kehittämiskohteet. Jotta näihin tavoitteisiin päästäisiin, tutkimustavaksi rajattiin Metsä Forestin kenttähenkilöstölle suunnattu kyselytutkimus. Kyselyn on tarkoitus sisältää sekä kvalitatiivisia, että kvantitatiivisia kysymyksiä palveluneuvojien ja asiakaspalveluryhmän tuottamista tukipalveluista. Kyselyn toteuttamisen sekä tulosten tarkastelun jälkeen tavoitteena on muodostaa indeksi tukipalvelujen toimivuudesta. Asiakaskokemusten tulisi olla Metsä Forestilla samanlainen riippumatta toimipaikan sijainnista, joten on myös tärkeää pohtia pysyvämpää ja yhdenmukaisempaa toimintamallia sisäisen asiakaspalvelun sekä kenttähenkilöstön välille.

Tämän opinnäytetyön on toimeksiantanut Metsä Group. Metsä Group on suomalainen, kansainvälisesti toimiva metsäteollisuuskonserni, jolla on toimintaa yhteensä 30 maassa. Metsä Groupin emoyrityksenä toimii Metsäliitto Osuuskunta, johon kuuluu noin 116 000 suomalaista metsänomistajaa. Metsä Group koostuu yhteensä viidestä eri liiketoiminta-alueesta: Metsä Tissue (pehmo- ja ruoanlaittopaperit), Metsä Board (kartonki), Metsä Fibre (sellu), Metsä Wood (puutuotteet) sekä Metsä Forest (puunhankinta ja metsäpalvelut). (Metsä Group 2016)

2 METSÄ FOREST JA ORGANISAATION TEHTÄVÄJAKO

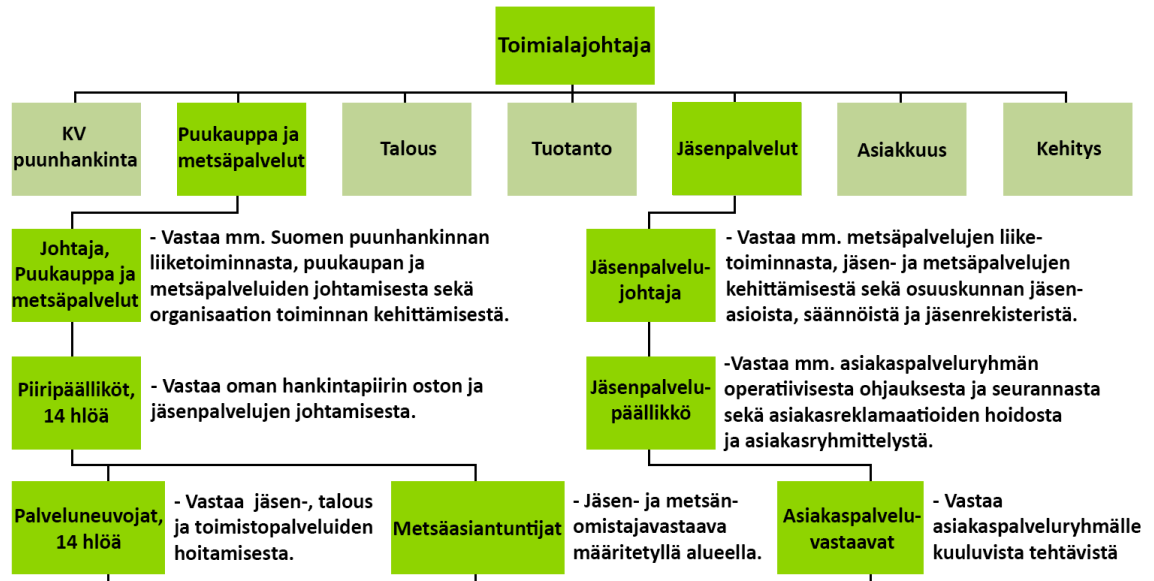
2.1 Metsä Forest organisaationa

Metsä Forest, joka on myös tämän työn tilaaja, on Metsä Groupin liiketoiminta-alue, jonka toiminta keskittyy pääasiassa puunhankintaan ja metsäpalveluihin. Metsä Forestilla on Suomessa markkinajohtajan asema puukaupassa ja metsäenergiassa. Se tekee vuosittain noin 30 000 puukauppaa, joista puuta kertyy noin 30 miljoonaa kuutiota. Henkilöstöä Metsä Forestilla on noin 900 henkilöä. Metsä Forest palvelee metsänomistajia sekä puuraaka-ainetta ja puuenergiaa hyödyntävää teollisuutta ja lupaa tarjota kestävän tavan kartuttaa metsään perustuvaa varallisuutta. (Metsä Forest 2016)

Metsä Forestin organisaatio on jaettu seitsemään eri toimintoon, joita ovat asiakkuus, tuotanto, puukauppa ja metsäpalvelut, jäsenpalvelut, kansainvälinen puunhankinta, kehitys sekä talous. Nykyinen organisaatiomalli otettiin käyttöön vuonna 2014, jonka myötä toimintojako kahden eri ”asiakaspään”, eli asiakkaiden, joille toimitetaan puuta, sekä asiakkaiden, jotka myyvät puuta ja ostavat Metsä Forestin palveluja, välillä on selkeämpi. (Metsä Forest Organisaatio 2016; Metsä Forestin uusi organisaatio... 2014).

2.2 Tehtävänkuvat

Tässä opinnäytetyössä käsiteltävät tehtävänkuvat ovat sisäisen asiakaspalvelun tuki -ja neuvontapalvelujen tuottajat, eli palveluneuvojat ja asiakaspalveluryhmä sekä kenttähenkilöstöön kuuluvat metsäasiantuntijat. Metsä Groupilla on laadittu eri työnimikkeille omat vastuualuekuvaukset, jotka sisältävät tiedot muun muassa toimihenkilön toimipaikasta, toimihenkilön esimiehestä sekä toimeen kuuluvista tehtävistä. Vastuualuekuvauksia päivitetään aina, mikäli toimihenkilön tehtäviin tulee muutoksia. Kuvassa 1 on nähtävillä Metsä Forestin organisaatorakenne, ja kerrottu tähän opinnäytetyöhön liittyvien tehtävänkuvien roolista organisaatiossa.



Kuva 1. Metsä Forestin organisaatio

2.2.1 Metsäasiantuntijat

Metsä Forestilla on kaksi erilaista vastuualuekuvausta ostoiesimiehille, erityyppisistä asiakkuuksista johtuen. Metsäasiantuntijat, joiden tehtäviksi on nimetty puukauppa ja metsäpalvelut, tekevät ostoiesimiehen työtehtäviä näiden toimintojen parissa omalla hankintapiirillään, asiakkainaan Metsäliitto Osuuskunnan jäsenetusopimusasiakkaat sekä muut puunmyyjät ja metsäpalveluiden ostajat. Toinen metsäasiantuntijan vastuualuekuvaus pitää sisällään metsäomaisuuden hoidon. Tällaiset metsäasiantuntijat ovat Metsä Forestin omaisuudenhoitajia, joiden pääasiallisena toimenkuvana on vastata oman alueensa metsänhoitosopimusasiakkaista. Metsänhoitosopimusasiakkaat saavat sopimuksensa kautta hintatakuun ja varman menekkin myymälleen puulle, sekä korkeammat bonukset. Lisäksi metsänhoitosopimusasiakkaat ovat etusijalla metsäsuunnitelmatietojen päivityksissä.

Sekä jäsenetu- että hoitosopimusasiakkaista vastaavien metsäasiantuntijoiden toimenkuvat ovat melko samanlaisia. Omaisuudenhoitajilla hankinta-alue on hankintapiirillään yleensä muita ostoiesimiehiä laajempi, sillä metsänhoitosopimusasiakkaita on Metsä Forestilla jäsenetusopimusasiakkaita vähemmän. Ensisijaisena tehtävänä metsäasiantuntijoilla on vastata jäsen- ja metsänomistajasuhteiden hoitamisesta, eli ostosta, hankintapuun vastaanotosta ja laadusta sekä metsäpalveluiden myynnistä. Lisäksi metsäasiantuntija markkinoi

asiakkailleen puukauppaan, metsäpalveluihin ja jäsenpalveluihin liittyviä asioita. Muita tehtäviä ovat esimerkiksi asiakaspalautteen vastaanotto, Kemera-hakemusten laadinta ja muiden lakisääteisten ilmoitusten ja hakemusten tekeminen sekä vahinko- ja tila-arvioista vastaaminen. Lisäksi metsäasiantuntijoiden tulee vastata työssään siitä, että metsälain ja ympäristöasioiden ohjeistusta noudatetaan. (Vastuualuekuvaus MA, metsäomaisuuden hoito 2014; Vastuualuekuvaus MA, Puukauppa ja metsäpalvelut 2014.)

Sekä tavallisten, puukaupan ja metsäpalveluiden saralla toimivien ostoiesimiesten, että omaisuudenhoitajien esimiehenä toimii piiripäällikkö. Piiripäälliköitä on jokaisella hankintapiirillä yksi, eli Metsä Forestin organisaatiossa toimii yhteensä neljätoista piiripäällikköä neljälätoista eri hankintapiirillä. Piiripäälliköllä on kokonaisvastuu hankintapiirinsä toiminnasta, eli puukaupasta, palvelumyynnistä, henkilöstöstä ja taloudesta. Hankintapiirit jakautuvat vielä erikseen hankintaryhmiin, jotka muodostuvat tavallisesti metsäasiantuntijoista, hoitoesimiehestä ja korjuuesimiehestä. Yksittäisen ostoiesimiehen vastuualue on tavallisesti noin yhdestä kolmeen kuntaan. (Vastuualuekuvaus Piiripäällikkö 2014.)

2.2.2 Palveluneuvojat

Palveluneuvojan roolina on hoitaa Metsä Forestin jäsen- talous ja toimistopalveluja omalla vastuualueellaan. Metsäasiantuntijoiden tavoin palveluneuvojan esimiehenä toimii piiripäällikkö. Palveluneuvojia on Metsä Forestilla yhteensä neljätoista, yksi jokaista hankintapiiriä kohti. Palveluneuvojat palvelevat ja neuvovat Metsäliitto Osuuskunnan jäseniä ja ylläpitävät jäsenrekisteriä. Jäsenten palvelemisen lisäksi palveluneuvojilla on tärkeä rooli myös hankintapiirinsä toimihenkilöiden palvelemisessa. Palveluneuvoja on hankintapiirin sisäinen asiakaspalvelija, joka tukee toimihenkilöitä, esimerkiksi metsäasiantuntijoita, muun muassa jäsenhallintoon, puukauppaan ja taloushallintoon liittyvissä asioissa. Taulukossa 1 on listattu palveluneuvojan eri tehtäviä. (Vastuualuekuvaus Palveluneuvoja 2014.)

TAULUKKO 1. Palveluneuvojan toimeen kuuluvat tehtävät.

Palveluneuvojan toimeen kuuluvat tehtävät
Jäsenpalvelu ja neuvonta.
Jäsenpostin käsittely ja jäsenrekisterin ylläpito ja tuki toimihenkilöille.
Jäsenpalvelutilaisuuksiin ja niiden järjestelyihin osallistuminen.
Yhteistyö asiakaspalveluryhmän kanssa.
Metsäsuunnitelmatilausten käsittely, Metsäverkon valtakirjojen ja Metsänhoitosopimusten tallennus.
Metsäreskontran oikeellisuuden valvonta.
Taloushallinnon ja jäsenpalvelun koulutus sekä valvontatehtävät.
Hallinnollisten ostolaskujen käsittely.
Kemera alv-myyntilaskujen teko.
Osallistuminen piirin hankintaryhmien toimintaan ja tilaisuuksiin.
Muut talous- ja toimistopalvelutehtävät, kuten matkalaskujen käsittely, loma- ja poissaoloseuranta, työterveysasiat ja arkistointi.

2.2.3 Asiakaspalveluvastaava

Asiakaspalveluvastaava on asiakaspalveluryhmän jäsen, joka osaltaan vastaa asiakaspalveluryhmälle kuuluvista tehtävistä ja toiminnoista. Asiakaspalveluvastaavista koostuvan asiakaspalveluryhmän esimiehenä toimii jäsenhallinnon jäsenpalvelupäällikkö. Jäsenpalvelupäällikön vastuulla on asiakaspalveluryhmän operatiivisen toiminnan ohjaus ja seuranta. Jäsenpalvelu-toiminto tukee puukauppaa ja metsäpalvelumyyntiä tekemällä yhteistyötä eri hankintapiirien kanssa. Jäsenpalvelujen vastuulla on metsänhoidollinen liiketoiminta, johon sisältyvät muun muassa metsäpalveluiden suunnittelu, hinnoittelu ja budjetointi, metsänhoidon kehittäminen sekä metsänhoitomateriaalien hankinta. (Vastuualuekuvaus Asiakaspalveluvastaava 2015; Jäsenpalvelu tukee puukauppaa... 2014).

Asiakaspalveluryhmä on ollut osa Metsä Forestin jäsenpalvelu-toimintoa vuodesta 2014 lähtien. Asiakaspalveluryhmä perustettiin, jotta kaikenlaisten metsänomistajien palveleminen olisi entistä laadukkaampaa. Asiakaspalveluryhmä on Metsä Forestille tärkeä myyntikanava: asiakaspalveluvastaavat ottavat aktiivisesti yhteyttä Metsä Forestin

jäsenistöön ja välittävät puukauppaan ja metsäpalveluihin liittyvät yhteydenotto -ja tarjouspyynnöt eteenpäin metsäasiantuntijoille. (Jäsenpalvelu tukee puukauppaa... 2014).

Palveluneuvojen tuottamiin palveluihin verrattuna asiakaspalveluryhmän työ on enemmän jäsenhallintopainotteista. Keskeisimpiin asiakaspalveluryhmän tehtäviin kuuluvat jäsenpalvelujen lisäksi metsämaksut sekä Metsäverkon asiakastuki. (Asiakaspalveluryhmän kuulumiset 2015.)

TAULUKKO 2. Asiakaspalveluvastaavan toimeen kuuluvat tehtävät.

Asiakaspalveluvastaavan toimeen kuuluvat tehtävät
Jäsen- ja metsäreskontran hoito ja valvonta.
Puukaupan maksuliikenteen hoito ja valvonta.
Kenttätoimintojen neuvonta jäsen- ja puukaupan rahaliikenneasioissa.
Markkinointikampanjat ja tapaamisten sopiminen.
Avustaminen puunhankinnan markkinointitapahtumien järjestelyissä.
Messuilta ym. tilaisuuksista tulevien yhteydenottopyyntöjen hoitaminen.
Metsänomistajien kontaktointi.
Metsäverkon ja sähköisen asioinnin tuki.
Kehittämishankkeisiin osallistuminen.
Metsäsoitto-puhelimeen vastaaminen, jäsenpalveluiden sähköpostilaatikoiden sekä chatin, yhteysselauksen ja somekanavien hoitaminen.

3 ASIAKASPALVELUSTA SISÄISEEN ASIAKASPALVELUUN

Tämän luvun tarkoituksena on selvittää, mistä asioista sisäinen asiakaspalvelu koostuu. Tutkimukseni keskeisenä asiana on ymmärtää, millainen merkitys sisäisellä asiakkuudella ja sisäisellä asiakaspalvelulla on metsäpalveluyritykselle. Sisäisen asiakaspalvelun perusteellinen ymmärtäminen on tärkeää tämän opinnäytetyön kannalta, jotta sekä kyselyn teettämisessä, että tutkimustulosten analysoinnissa ja pohdinnassa onnistuttaisiin mahdollisimman hyvin.

3.1 Asiakaspalvelu

Palvelut ovat yleensä aineettomia, asiakkaalle tarjottavia toimintoja tai hyötyjä, jotka eivät johda asiakkaan omistusoikeuteen. Palvelua sisältyy kuitenkin monesti sellaisiin kaappoihin, jossa tuotteena toimii jokin aineellinen tavara tai esine. Esimerkiksi Metsä Groupilta tilatut kuusentaimet ovat aineellista tavaraa, kun taas taimien yhteyteen sisältyvä, ainakin jossain määrin aineeton palvelu voi olla esimerkiksi taimien kuljetus tai istutus. Yleensä tuote on siis konkreettisen tavaran ja abstraktin palvelun yhdistelmä. (Pesonen, Lehtonen & Toskala 2002, 21-22.)

Palvelu on ainakin jossain määrin aineettomien toimintojen sarjasta koostuva prosessi, jossa toiminnot tarjotaan ratkaisuinasi asiakkaan ongelmiin ja toimitetaan yleensä, muttei välttämättä, asiakkaan, palvelutyöntekijöiden ja/tai fyysisten resurssien ja tuotteiden ja/tai palveluntarjoajan järjestelmien välisessä vuorovaikutuksessa. (Grönroos 2009, 77.)

Asiakaspalvelu on asiakkaan auttamista, joten palveluorganisaation pitää tietää, miten se tukee asiakkaittensa päivittäisiä toimintoja. Asiakaspalvelun ja palvelupainotteisen lähestymistavan kautta organisaatio pyrkii varmistamaan strategisen aseman asiakkaisiinsa nähden. Asiakkaat ovat yrityksen omaa asiakaspääomaa, joiden asiakaspalvelijoilla on päävastuu asiakastyytyväisyyteen ja tätä kautta yrityksen mainepääoman hallitsemisessa ja kasvattamisessa. (Grönroos 2009, 506; Pesonen ym. 2002, 64.)

3.2 Asiakaspalvelija

Asiakaspalvelijoita ovat kaikki ne organisaation jäsenet, jotka kohtaavat työssään asiakkaita esimerkiksi puhelimen, tekstiviestin, sähköpostin tai Internetin kautta.

Asiakaspalvelijan pitää osata monia sosiaalisia taitoja mahdollisimman hyvin, jotta palvelukokemus olisi asiakkaalle mahdollisimman miellyttävä. (Pesonen ym. 2002, 64.)

Asiakaspalvelijan tehtävänä on tyydyttää asiakkaan tarpeet mahdollisimman laadukkaalla, asiantuntevalla ja luotettavalla palvelulla. Ratkaisevaa yleensä on asiakkaan ensivaikutelma, ja se, miten asiakas havaitsee, kokee ja tuntee palvelun laadun. Se, miten asiakas kokee asiakaspalvelutapahtuman, on asiakkaan totuus, jonka perusteella hän tekee omat ratkaisunsa. Tämän vuoksi asiakaspalvelijalle on ratkaisevan tärkeää, että hän pystyy ymmärtämään tilanteen asiakkaan oman näkökulman kautta. Empatiaa pidetäänkin asiakaspalvelijan tärkeimpänä ominaisuutena. Asiakaspalvelijalla on tärkeä panos asiakastyytyväisyydessä. Asiakaspalvelijan tulisi pyrkiä työssään erityisen määrätietoisesti siihen, että asiakkaan palvelukokemus on laadukas, asiantunteva, luotettava, nopea ja juuri kyseisen asiakkaan ongelmiin tai tiedon tarpeisiin paneutuvaa. (Pesonen ym. 2002, 59.)

Asiakaslähtöisyyttä painotetaan asiakaspalvelijan työssä paljon. Mitä paremmin paitsi asiakaspalvelijat, niin myös koko yritys, pystyy toimimaan asiakaslähtöisesti, sen parempaa palvelua on mahdollista saada aikaiseksi. Kun koko yritys toimii asiakaslähtöisesti, voidaan asiakkailta oppia siitä tavasta, jollaista he toivovat palvelutapahtumassa itselleen. Sekä yksittäinen asiakaspalvelija, että koko organisaatio tähtää työssään siihen, että asiakkaat saadaan tulemaan takaisin yritykseen, koska se on yritykselle taloudellisesti kannattavaa. (Valio 2010, 67-69.)

Asiakaspalvelijan olisi myös hyvä olla selvillä siitä, mitkä ovat yleisimpiä syitä palvelusuhteen päättymiselle. Jokaiseen asiakkaan päätökseen ei voida vaikuttaa millään tavalla, mutta on myös tapauksia, joissa muutosta voidaan yrittää. Esimerkkejä palvelusuhteen päättymistilanteista, joihin palveluntarjoaja ei voi vaikuttaa, ovat muun muassa asiakkaan kuolema tai muutto toiselle paikkakunnalle. Vastaavasti asiakaspalvelijan olisi ollut mahdollista vaikuttaa asiakassuhteen pysyvyyteen, mikäli asiakassuhteen päättymisen syy on ollut esimerkiksi asiakaspalvelijan välinpitämätön asenne ja käyttäytyminen asiakasta kohtaan. Esimerkiksi Hertz-autovuokraamon Technical Assistance Research Programs Inc.:lta (1997) tilatussa tutkimuksessa, jossa selvitettiin syitä, miksi asiakkaat vaihtavat palveluntoimittajaa, suurin syy, 68 % oli juuri asiakaspalvelijan välinpitämätön asenne palvelutilanteessa. Vaikka kyseinen

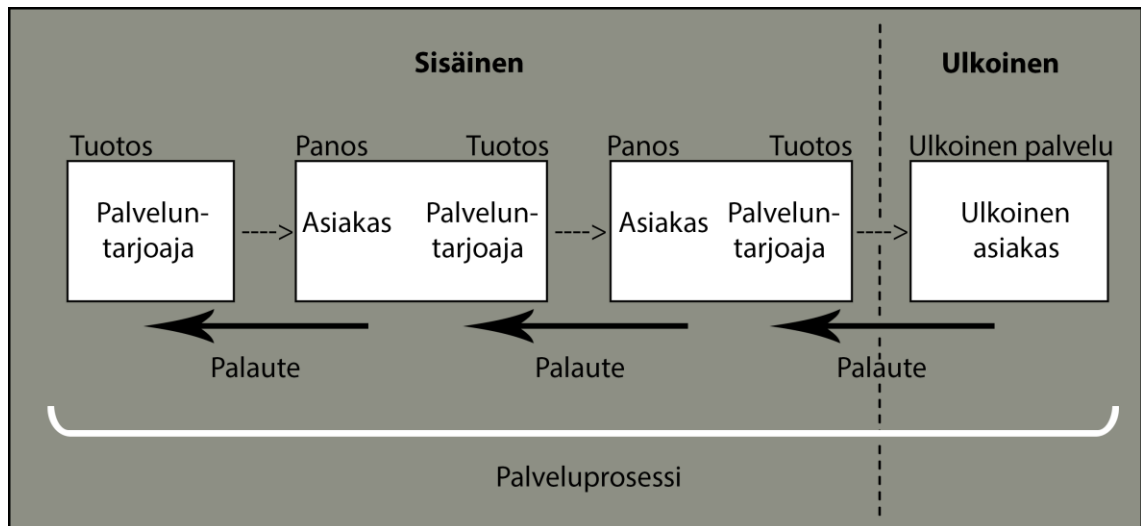
tutkimus on melko vanha, on sen tulokset edelleen sovellettavissa asiakaspalvelijoiden arkiajatteluun. (Valvio 2010, 53-54.)

Asiakaspalvelijan työllä on siis valtava merkitys yrityksen luodessa mielikuvaa omasta toiminnastaan, sekä tuotteidensa ja palveluidensa laadusta. Ihmisillä on taipumus kuulla mielipiteitä lähimmäisiltään, kun he tarvitsevat tietoa tuotteista ja palveluista, joista he eivät vielä tiedä mitään. Perheenjäsenet, työkaverit ja ystävät ovat tällaisissa tilanteissa tärkeitä tiedonantajia, joiden tiedot vaikuttavat voimakkaasti tiedonhakijan omaan näkemykseen. Tiedonannon ja -hankinnan lisäksi mielipiteiden vaihtaminen omista kokemuksista on myös tavanomaista. Tutkimusten mukaan positiivisista palvelukokemuksista kerrotaan eteenpäin keskimäärin pienemmälle ihmisjoukolle kuin negatiivisista, jota saatetaan levittää perheen ja ystävien ulkopuolellekin. (Valvio 2010, 62.)

3.3 Sisäinen asiakas- ja tukipalvelu

Perinteisesti asiakas mielletään yrityksen ulkopuoliseksi ihmiseksi tai organisaatioksi, mutta palveluorganisaatioista löytyy myös sisäisiä palvelutoimintoja. Sisäiset palvelut ovat eräänlaisia business to business (b-to-b) -palveluja, sillä asiakkaana on organisaatio tai joku sen osa ulkoisen asiakkaan sijaan. Sisäisillä palvelutoiminnoilla on merkittävä rooli ulkoisten asiakkaiden palvelemissa. Jotta ulkoisille asiakkaille pystyttäisiin toimittamaan mahdollisimman hyviä palveluja tai tuotteita, pitää myös organisaation sisällä esiintyä käyttäjän ja palveluntarjoajan välisiä sisäisen asiakkuuden suhteita. Jotta yrityksen asiakaspalveluhenkilökunta, eli tässä opinnäytetyössä metsäasiantuntijat ja omaisuudenhoitajat, pystyisivät palvelemaan ulkoisia asiakkaita (Metsäliitto Osuuskunnan jäsenet, muut asiakkaat) mahdollisimman hyvin, tarvitsevat he tukea yrityksen sisäisiltä asiakaspalvelijoilta (palveluneuvojat, asiakaspalveluryhmä). (Grönroos 2009, 413; Ojasalo & Ojasalo 2010, 180.)

Organisaation työntekijöiden välillä on siis sisäisen asiakassuhde, samalla tavalla kuin ulkoisella asiakkaalla ja asiakaspalvelijalla on ulkoisen palvelun suhde. Sisäisellä asiakassuhteella tarkoitetaan sisäisen palvelun tuottajan ja sisäisen asiakkaan välistä yhteistyö- ja vaihdantasuhdetta. Sisäinen asiakassuhde eroaa luonteeltaan jonkin verran ulkoisesta asiakassuhteesta, mutta kaikkien ulkoisten palvelujen peruseräpäteet soveltuvat myös sisäiseen asiakaspalveluun. (Ojasalo & Ojasalo 2010, 180.)



KUVA 2. Sisäiset palvelutoiminnot ja sisäiset asiakkaat. (Grönroos 2009, 414.)

Sisäiset asiakassuhteet voidaan jakaa kolmeen eri luokkaan. Palveluntarjoaja ja asiakas linkittyvät toisiinsa joko virtauksenomaisen työn, tuki- ja neuvontapalvelujen tai sisäiseen arviointiin pohjautuvan toiminnan kautta. Jako perustuu siihen, kuinka tiukasti osapuolet ovat sidoksissa toisiinsa ja kuinka jokapäiväistä yhteistyö palveluntarjoajan ja asiakkaan välillä on. Tässä opinnäytetyössä tutkittava palveluntarjoajan (palveluneuvojat, asiakaspalveluryhmä) ja asiakkaan (kenttähenkilöstö) välinen asiakassuhde on tyypiltään tuki- ja neuvontapalveluja. (Ojasalo & Ojasalo 2010, 188.)

Tuki- ja neuvontapalvelujen asiakassuhdetyypissä osapuolten välinen toiminta perustuu pitkälti ulkoisen asiakkaan tarpeeseen, joten palveluntarjoajan toiminta ei ole kiinteästi sidoksissa tiettyyn päivittäiseen läpi virtaavaan työhön, joka on ominaista virtauksenomaisen työn asiakassuhdetyypisiin. Esimerkkejä tällaisista tarpeen ilmaantuesssa tuotettavista sisäisistä tuki- ja neuvontapalveluista ovat tietojärjestelmätuki sekä talous -ja jäsenhallinto. Suurin haaste sisäisissä tuki- ja neuvontapalveluissa on se, miten niiden kysyntä ja tarjonta saadaan tasapainoon. Tärkeää olisi, että erityisesti sellaiset palvelut, jotka antavat selvää lisäarvoa sisäiselle asiakkaalle, olisivat mahdollisimman hyvin saatavilla. Jos tuki- ja neuvontapalveluissa vallitsee epätasapaino ja tätä kautta huono palvelun saatavuus, seurauksena on sisäisten asiakkaiden tyytymättömyys, kun palveluntarjoaja ei pysty tarjoamaan haluttua palvelun tasoa. (Ojasalo & Ojasalo 2010, 189-190.)

3.4 Sisäisen asiakaspalvelun laadun merkitys metsäpalveluyrityksen kilpailukyvyille

Sisäisessä asiakaspalvelussa on tiettyjä erityispiirteitä verrattuna ulkoiseen asiakaspalveluun. Ensinnäkin, sisäisillä palveluilla on merkittävä vaikutus ulkoisille asiakkaille tuotettujen tuotteiden ja palvelujen laatuun, kilpailukykyyn ja kannattavuuteen. Sisäisten palvelujen laatu on suorassa yhteydessä ulkoisten palveluiden laatuun, asiakastyytyväisyyteen sekä asiakasuskollisuuteen. Yrityksen menestyksen kannalta pidetään usein ensisijaisena, että organisaation ulkoinen palvelu on mahdollisimman toimiva. Talon sisäisen palvelun toimivuudella on kuitenkin vähintään yhtä tärkeä rooli. Nykyään palveluorganisaatiolle onkin luontaista, että sisäisiä palvelutoimintoja on jopa ulkoisia asiakkaita palvelevia toimintoja enemmän. (Grönroos 2009, 413; Valvio 2010, 75-76; Ojasalo & Ojasalo 2010, 180-182.)

Tärkeimmät laadun mittarit palveluorganisaation laatuajattelussa ovat asiakkaan sekä henkilöstön tyytyväisyys. Laatua pidetään kaikkina niinä palvelun ominaisuuksina, jotka täyttävät asiakkaan odotukset. Käytännössä myös asiakaspalvelu on osa tuotteen laatua. Jotta palveluorganisaatio pystyisi olemaan samaan aikaan mahdollisimman asiakassuuntautunut ja tuottamaan mahdollisimman laadukasta palvelua asiakkailleen, vaatii se palveluorganisaatiolta erityisesti hyvää työilmapiiriä, organisaation joustavuutta, henkilöstön vastuuntuntoa sekä sisäistä asiakkuutta. Sisäisessä asiakkuudessa sisäisten palvelujen laatu vaikuttaa sisäiseen yhteisökuvaan ja ulkoisen asiakkaan kokema palvelun tai tuotteen laatu organisaation ulkoiseen kuvaan. (Pesonen ym. 2002, 95.)

Kun miettii palveluorganisaation asiakaspalvelua sekä tuotetta ja sen laatua, on molemmilla erittäin tärkeä merkitys organisaation menestymisen kannalta. Asiakaspalvelu ja asiakaspalvelijan esiintymistaidot ovat osa tuotteen laatua, jolla on merkittävä vaikutus siinä, kuinka suosittu itse tuote on. Jos asiakas ei pidä asiakaspalvelijasta, ei hän todennäköisesti ole kiinnostunut myöskään tuotteesta tai palvelusta. Jos taas asiakaspalvelija onnistuu työssään, ja asiakas suhtautuu häneen positiivisesti, pitää hän todennäköisesti myös tuotetta/palvelua positiivisena. Esiintymistaidot ovat merkittävässä asemassa sekä ulkoisille, että sisäisille asiakkaille tehtävässä asiakaspalvelutyössä. Jos sisäiset asiakkaat eivät pidä asiakaspalvelijasta, on tällöin lopputuloksena negatiivinen työilmapiiri, josta voi seurata huonon tiedonkulun ja

kielteisyyden myötä ongelmia myös ulkoisten palveluiden ja tuotteiden laadussa. (Pesonen ym. 2002, 95-96.)

Sisäisen asiakaspalvelun laadun kannalta on tärkeää, että sisäisiä palveluja tuottava osasto ymmärtää, että ainoa asiakassuhde ei ole ulkoiset asiakkaat, vaan myös sisäisiä asiakkaita on. Usein vaarana on, että asiakaspalvelija kokee asiakkaikseen pelkät ulkoiset asiakkaat, koska sisäiset asiakkaat mielletään usein vain kollegoiksi, joita voidaan välillä auttaa, mikäli työkaverilla on tarvetta apuun. Olennaista on, että organisaatio onnistuisi markkinoimaan sisäisille asiakkaille ja palveluntarjoajille asenteen, jossa palveluntarjoajan asiakkaina ovat sisäiset asiakkaat, siinä missä ulkoisetkin. (Ojasalo & Ojasalo 2010, 191.)

Ojasalo & Ojasalo (2010, 191) ovat kuvanneet sisäisille asiakkaille tehtävän markkinoinnin perusvaiheet seuraavasti:

- 1) Luodaan sisäinen tunnettuus.
- 2) Tunnistetaan sisäisiä asiakkaita ja toimittajia.
- 3) Tunnistetaan sisäisten asiakkaiden odotukset.
- 4) Tehdään tarvittavat muutokset, jotta voidaan vastata palveluun kohdistuviin vaatimuksiin.
- 5) Mitataan sisäisen palvelun laatua. Annetaan palautetta sisäisen palvelun tuottajalle ja kerrotaan mahdollisista parannustarpeista.

Tämän opinnäytetyön tärkeimpänä tavoitteena on yllä olevan sisäisen markkinoinnin perusvaiheiden kohta 5. Koska sisäiseen asiakaspalveluun pätevät pitkälti samat lainalaisuudet kuin ulkoiseen, voidaan samoja periaatteita käyttää sekä sisäisen, että ulkoisen asiakaspalvelun laadun mittaukseen. On kuitenkin huomioitava, että sisäiseen asiakaspalveluun liittyvät lainalaisuudet poikkeavat jossain määrin ulkoisen asiakaspalvelun oloista. Esimerkiksi Metsä Forestilla sisäiset asiakkaat ovat palveluntarjoajien työkavereita, joka on tärkeää ottaa huomioon kyselytutkimusta laadittaessa. (Ojasalo & Ojasalo 2010, 191-192.)

Ennen tutkimuksen suorittamista pitää onnistua määrittämään palvelun laadun osatekijät sekä niiden suhteelliset tärkeydet sisäisille asiakkaille. Tämän jälkeen tutkimuksen suorittaminen on mahdollista, jolloin saadaan selville sisäisten asiakkaiden arviot eri

laatutekijöistä. Metsä Forestin kohdalla asiakaspalvelun ja sisäisen asiakkuuden suhteen pitää huomioida, että tässä tutkimuksessa ovat sisäiset asiakkaat, eli metsäasiantuntijat, ovat myös asiakaspalvelijoita. Metsäasiantuntijoilla on erittäin suuri rooli ulkoisten asiakkaiden kanssa asioinnissa. Käytännössä palveluneuvojen ja asiakaspalveluryhmän tarjoamat tuki -ja neuvontapalvelut metsäasiantuntijoille auttavat metsäasiantuntijaa tuottamaan mahdollisimman laadukasta palvelua metsänomistajille ja muille jäsenille. Metsäasiantuntijat ovat siis samalla sisäisiä asiakkaita ja ulkoisia palveluntarjoajia. (Ojasalo & Ojasalo 2010, 191.)

4 TUTKIMUSMENETELMÄT JA AINEISTO

4.1 Tutkimusmenetelmä

Tämän tutkimuksen keskeisenä tarkoituksena oli tehdä selvitys siitä, miten laadukkaasti Metsä Forestin sisäinen asiakaspalvelu tuottaa tukipalveluja kenttähenkilöstölle. Koska sisäisen asiakaspalvelun, palveluneuvojen ja asiakaspalveluryhmän asiakkaina toimivat kenttähenkilöstön metsäasiantuntijat, koettiin luontaisimmaksi ratkaisuksi toteuttaa kyselytutkimus kenttähenkilöstölle.

Sisäisen asiakaspalvelun kyselyssä päädyttiin sekä kvalitatiiviseen, että kvantitatiiviseen tutkimusmenetelmään, jossa pääpaino oli kvantitatiivisilla kysymyksillä. Kvantitatiiviset, eli määrälliset tutkimukset sisältävät lukumääriin ja prosenttiosuuksiin perustuvia kysymyksiä. Kvantitatiiviset tutkimukset kuvaavat tutkimuksessa mitattavaa ilmiötä numeerisen tiedon pohjalta, ja sen toteuttamisen edellytyksenä on riittävän suuri ja edustava otos. Määrällisillä tutkimuksilla onnistutaan yleensä selvittämään mitattavan asian olemassa oleva tilanne, mutta tilanteen syiden selvittäminen jää vähemmälle. (Heikkilä 2014, 7-8.)

Kvalitatiivisten eli laadullisten kysymysten tehtävänä on auttaa ymmärtämään tutkimuskohdetta, eli tässä opinnäytetyössä kenttähenkilöstöä. Yleensä kvalitatiiviset tutkimukset rajoittuvat pieneen tutkittavien joukkoon, koska laadullisessa tutkimuksessa tärkeämpää on tutkimuskohteen ymmärtäminen, eikä määrien selvittäminen. Kvalitatiivinen tutkimus soveltuu erityisesti toiminnan kehittämiseen, sosiaalisten ongelmien tutkimiseen sekä vaihtoehtojen etsimiseen. (Heikkilä 2014, 7-8.)

Tässä opinnäytetyössä käsiteltävässä kyselytutkimuksessa sekä kvantitatiivisen, että kvalitatiivisen tutkimustavan käyttäminen toisiaan täydentäen oli perusteltua siksi, että tutkimuksen tavoitteena oli mitata Metsäliitto Osuuskunnan puunhankinnan sisäisen asiakaspalvelun nykytaso sekä miettiä toiminnan kehittämistä. Kvantitatiivisilla kysymyksillä oli suuri merkitys asiakaspalvelun nykytason selvittämisessä ja kvalitatiiviset kysymykset puolestaan auttoivat kehitysehdotusten pohtimisessa. Kvalitatiivisissa kysymyksissä piti kuitenkin huomioda se, että kyseiset kommentit

olivat vain yksittäisten vastaajien omia näkökulmia, jonka vuoksi niistä ei voitu vetää liian suuria johtopäätöksiä.

Vastaavaa palveluneuvojien sekä asiakaspalveluryhmän sisäiseen asiakaspalveluun liittyvää tutkimusta ei ollut aikaisemmin toteutettu Metsäliitto Osuuskunnalla, joten kysymysten laadinta piti tehdä huolellisesti ja miettiä tarkkaan, mitä asioita haluttiin selvittää. Kyselytutkimuksen tavoitteena oli myös se, että saman kyselyn voisi toistaa myös tulevaisuudessa, joten myös tähän piti kiinnittää huomiota kysymyksiä muodostaessa. Kyselytutkimuksen kysymykset on laadittu yhteistyössä Metsä Groupin toimistopäällikkö Antti Lähdesmäen kanssa, jonka lisäksi myös Metsä Groupin puunhankinnan johtoryhmän Maikki Kropsu sekä jäsenpalvelupäällikkö Hannes Wickholm avustivat kysymysten kokoamisessa.

4.2 Aineisto ja tutkimuksen toteutus

Kun aineisto oli saatu lopulliseen muotoon, seuraavana vaiheena oli siirtää kysymykset Word-tiedostosta kyselytyökaluun. Metsä Groupissa käytettävä kyselytyökalu on Digium, johon minulla ei ollut mahdollista saada käyttöoikeuksia. Kysely siirrettiin Digium-työkaluun lähetettävään muotoon Lync-palaverissa 20.5.2016, jossa sovimme Metsä Forestin Digium-työkalun käyttöoikeuksien haltijan kanssa kyselytutkimuksen asettelusta, saateviestistä sekä muista olennaisista asioista.

Linkki kyselytutkimukseen lähetettiin 20.5.2016 kaikille Metsäliitto Osuuskunnan metsäasiantuntijoille Metsä Groupin markkinoinnin sähköpostista. Kyselylinkin lisäksi lähetettiin saateviesti, jossa kerrottiin kyselyn sisällöstä ja tutkimuksen tarkoituksesta. Vastausaikaa annettiin kaksi viikkoa 3.6.2016 asti, jonka lisäksi viikkoa ennen kyselyn päättymistä lähti automaattinen muistutusviesti niille, jotka eivät vielä tuossa vaiheessa olleet kyselyyn vastanneet. Kyselylomakkeessa oli yhteensä 18 kysymystä, joissa kysyttiin palveluneuvojien sekä asiakaspalveluryhmän tukipalvelujen eri osa-alueita sekä joitain metsäasiantuntijoiden perustietoja. Aineisto tallentui Digium-työkaluun, josta Digiumin käyttöoikeuksien haltija lähetti kyselytulokset Excel-muodossa.

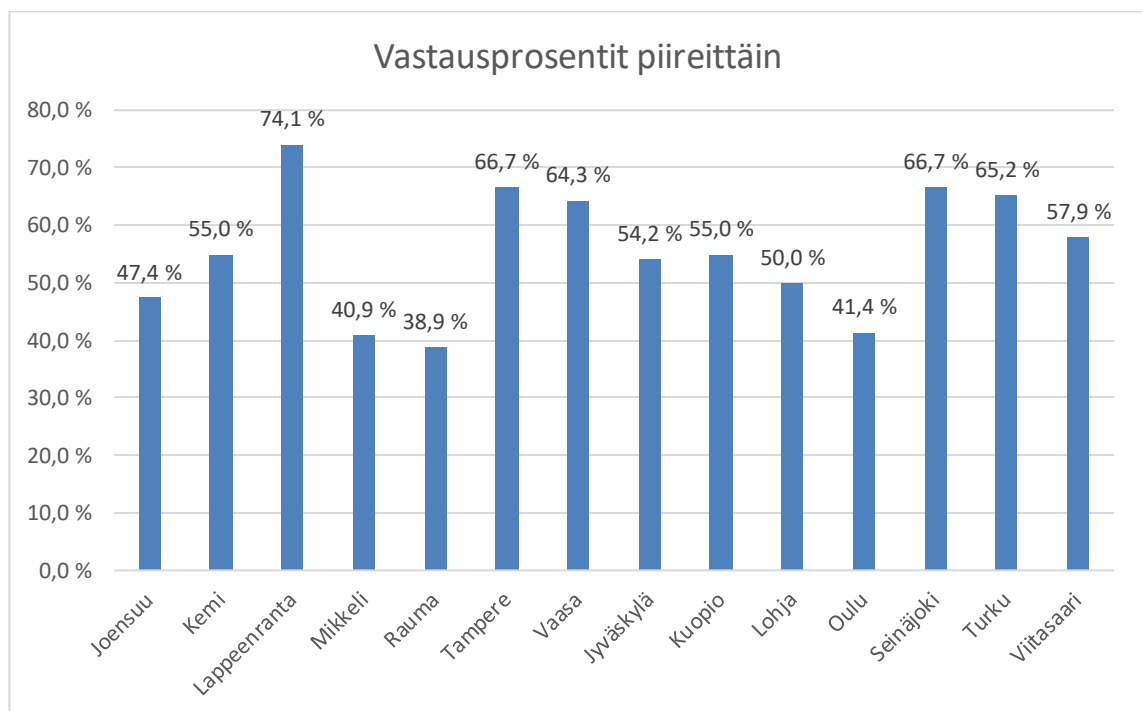
5 TULOKSET

Tässä osiossa käydään läpi kyselytutkimus kysymys kysymykseltä. Lisäksi kyselylomake on esillä liitteessä 1. Luottamukselliset kyselytulokset on jätetty tästä raportista pois, ja luvussa esiintyvien kuvioiden tulokset ovat mukautettuja.

5.1 Vastaajan piiri ja palvelusvuosien määrä

Ensimmäiset kaksi kysymystä kohdistuivat vastaajan perustietoihin, piiriin sekä palvelusvuosien määrään. Perustietokysymyksistä saatua aineistoa pystyttiin käyttämään tulosten analysoinnissa ristiintaulukoinneissa, kun sisäisen asiakaspalvelun eri ominaisuuksia haluttiin mitata piiri- tai palvelusvuosikohtaisesti.

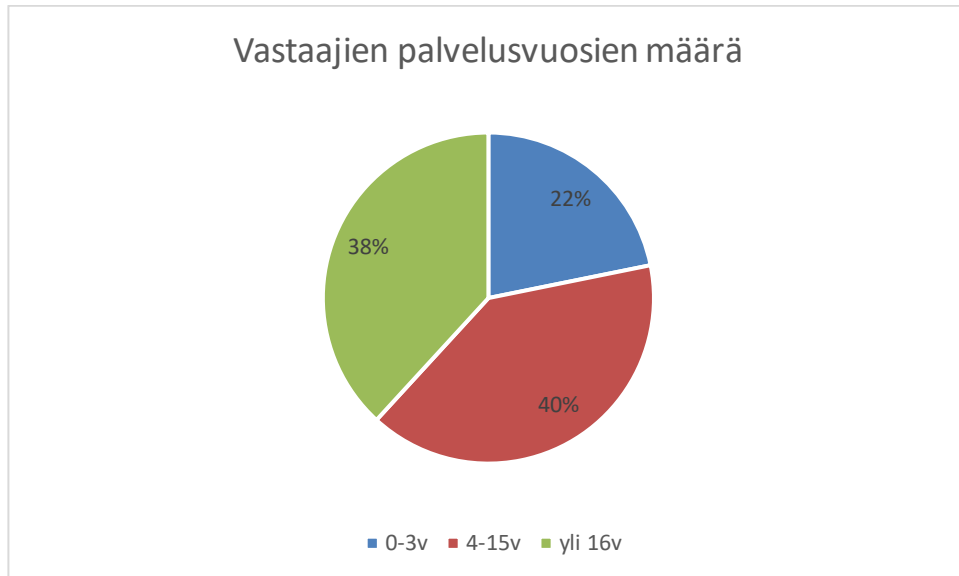
Neljästätoista Metsäliitto Osuuskunnan hankintapiiristä paras vastausprosentti oli Lappeenrannan piirillä (74,1 %) ja huonoin Rauman piirillä (38,9 %).



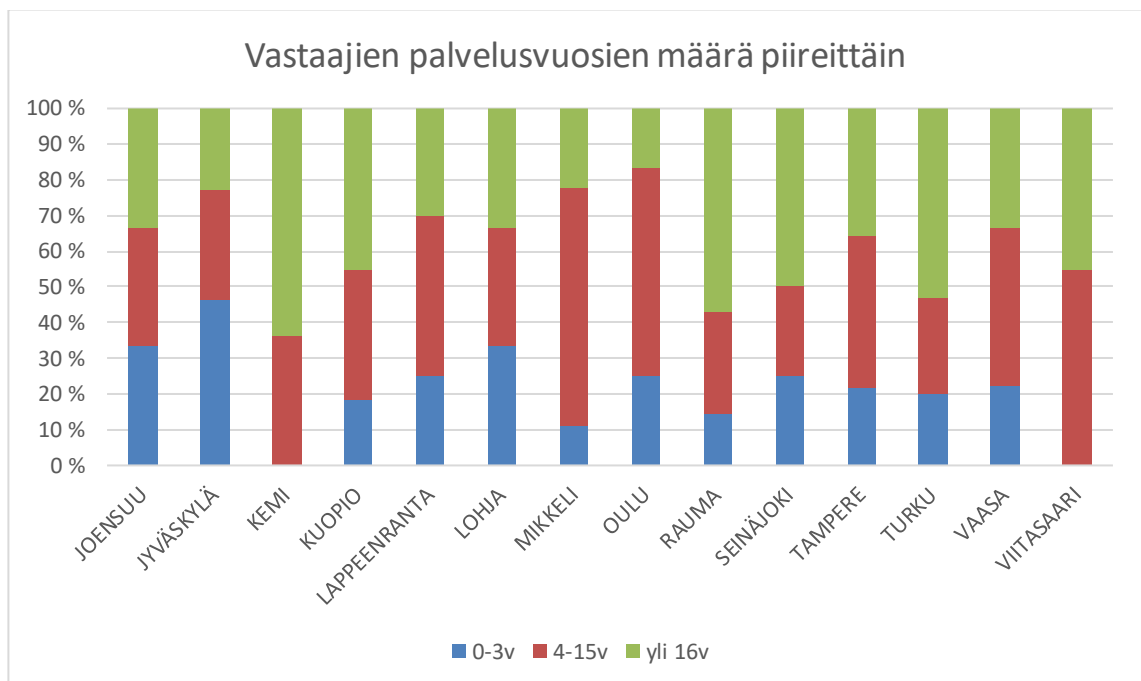
KUVIO 1. Vastausprosentit piireittäin

Palvelusvuosien määrä -kysymyksessä vastausvaihtoehdot olivat 0-3, 4-15 sekä yli 16 palvelusvuotta. Vastaajista suurin osa, noin 40 %, oli 4-15 vuotta Metsäliitto Osuuskunnassa palvelleita metsäasiantuntijoita. Yli 16 vuotta palvelleita oli 38 % ja 0-3 vuotta palvelleita 22 % vastaajista. Piireittäin tarkasteltuna yli 16 vuotta palvelleita oli

suhteessa eniten Kemissä, kun taas esimerkiksi Jyväskylässä yleisin palvelusvuosiryhmä oli 0-3v.



KUVIO 2. Vastaajien palvelusvuosien määrä

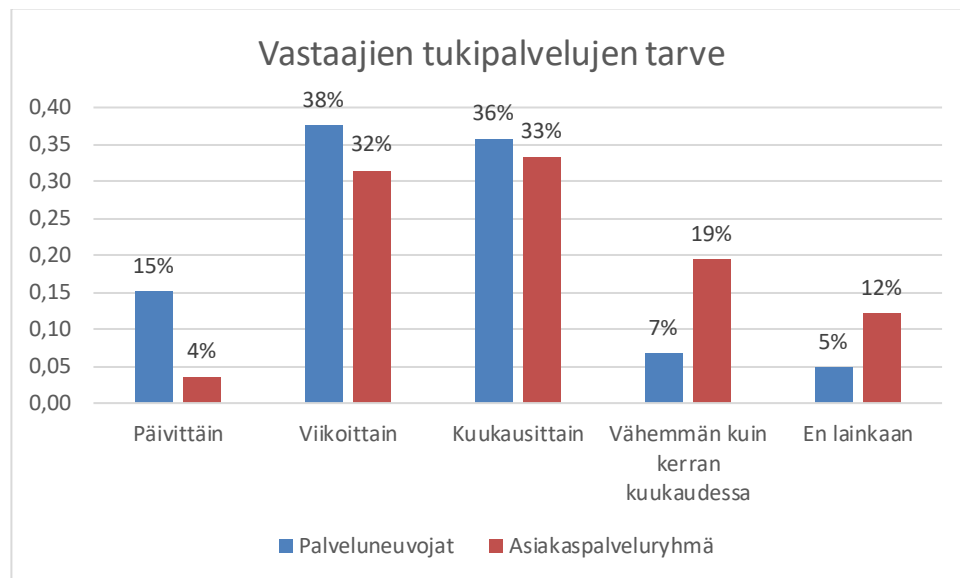


KUVIO 3. Vastaajien palvelusvuosien määrä piireittäin

5.2 Metsäasiantuntijoiden tukipalvelujen tarve

Ensimmäiset varsinaisesti tukipalveluja käsitelleet kysymykset tulivat perustietokysymysten jälkeen. Ensimmäisenä selvitettiin, kuinka useasti metsäasiantuntija tarvitsee sekä palveluneuvojan, että asiakaspalveluryhmän

tukipalveluja. Vastaustulosten perusteella voitiin verrata, miten tarpeelliseksi metsäasiantuntijat kokevat palveluneuvojan tukipalvelut yleisellä tasolla asiakaspalveluryhmän tukipalveluihin nähden. Vastausten perusteella vastaajien tukipalvelujen tarve oli yleisimmin joko viikottaista tai kuukausittaista sekä palveluneuvojien, että asiakaspalveluryhmän tukipalveluissa. Molempien tukipalvelujen kohdalla yli puolet vastaajista valitsivat vastauksen ”viikoittain” tai ”kuukausittain”.



KUVIO 4. Vastaajien tukipalvelujen tarve

5.3 Onko tukipalvelujen tarve suurimmillaan tietyssä ajankohtana?

Seuraavana selvitettiin, kokeeko vastaaja, että vuoden aikana olisi joku tietty ajankohta, jolloin tukipalvelun tarve on suurimmillaan. Selvä valtaosa, noin 87 % vastaajista vastasivat, ettei tukipalvelujen tarve ole suurimmillaan tietyssä ajankohtana. Ne, jotka vastasivat kyllä, saivat vastata jatkokysymykseen, jossa selvitettiin ajankohtaa, jolloin vastaajat kokevat tukipalvelun tarpeen suurimmaksi. Tämä jatkokysymys oli vastaajille avoin kysymys, johon vastaaja sai itse kirjoittaa, mitä halusi. Tämän kysymyksen vastauksissa arvokasta tietoa antoi mahdolliset alueelliset erot piirien välillä, sillä yhtenä tutkimuksen tavoitteena oli selvittää piirien välisiä eroja tukipalveluissa ja niiden käytössä. Avoin, laadullinen vastaus oli sopiva lisäkohta tähän kysymykseen. Vastaajat vastasivat lisäkohtaan eri ajankohtia vuodesta, sekä joitain tiettyjä asioita, jotka vastaajan mukaan nostavat tukipalvelun kuormittavuutta.



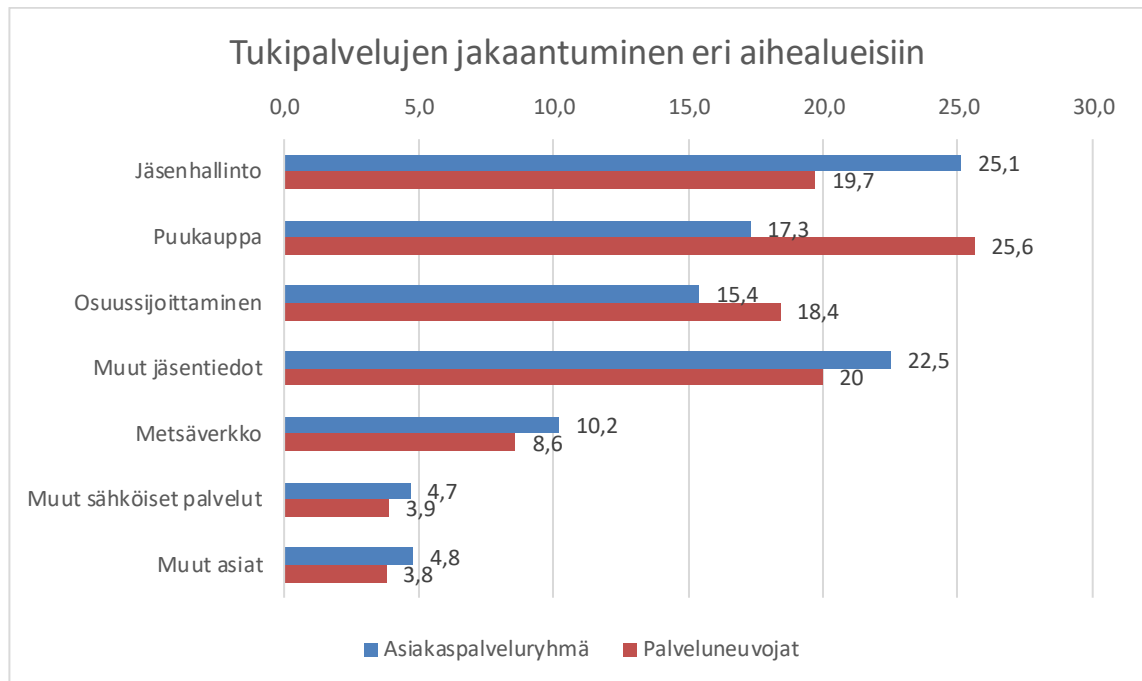
KUVIO 5. Tukipalvelun tarve suurimmillaan tiettyä ajankohtana?

5.4 Tukipalvelujen jakaantuminen eri aihealueisiin

Kuudes ja seitsemäs kysymys käsittelivät sitä, miten vastaajien palveluneuvojien sekä asiakaspalveluryhmän tukitarpeet jakautuvat eri aihealueisiin. Tässä kysymyksessä olisi voitu käyttää lisävastausvaihtoehtona kohtaa ”en ole käyttänyt palveluneuvojan/asiakaspalveluryhmän tukipalveluja”, sillä tukipalvelujen jakaumassa tuloksista on huomattavissa, että jotkut vastaajista eivät ole koskaan käyttäneet kyseisiä palveluja. Tämä lienee mahdollista esimerkiksi sellaisessa tilanteessa, jossa vastaaja on ollut töissä Metsäliitto Osuuskunnalla vasta sen verran vähän aikaa, ettei hän ole vielä käyttänyt tukipalveluja. Vastaustuloksista jätettiin näissä kysymyksissä ulkopuolelle ne vastaukset, joissa vastaaja oli avoimessa lisäkohdassa kertonut, ettei hän ole käyttänyt kyseisiä tukipalveluja tai vastaaja ei osaa sanoa, miten tukipalvelut jakaantuvat eri aihealueisiin.

Kuten kuviosta 5 voidaan huomata, suurimmat jakaumaerot ovat huomattavissa jäsenhallinnon sekä puukaupan välillä. Jäsenhallinnon tukipalveluissa asiakaspalveluryhmän osuus kaikista asiakaspalveluryhmän tukipalveluista oli noin 25,1 %, kun taas palveluneuvojalla se jäi noin 19,7 %:iin. Samalla palveluneuvojan palveluista yleisimmän tukipalvelun, puukaupan jakauma oli noin 25,6 %. Vastaavasti asiakaspalveluryhmän jakauman osuus oli noin 17,3 %. Muista tukipalveluista palveluneuvojan jakauma oli suurempi osuussijoittamisessa, kun taas

asiakaspalveluryhmällä suurempi jakauma oli tukipalveluissa ”muut jäsentiedot”, ”Metsäverkko”, ”muut sähköiset palvelut” sekä ”muut asiat”.



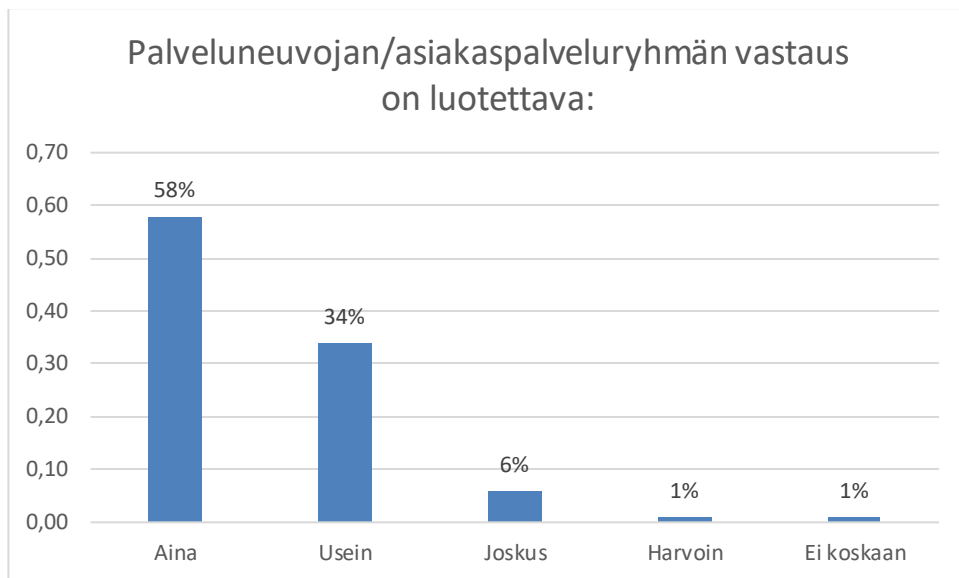
KUVIO 6. Tukipalvelujen jakaantuminen eri aihealueisiin

Kuvio 6:n mukainen vertailu oli oleellista tehdä, sillä tämän perusteella nähtiin, miten tukipalvelujen toimintojako käytännössä toimii. Muut sähköiset palvelut -ja muut asiat -kohtaan vastanneet saivat lisäksi tarkentaa avoimessa kentässä, mitkä tällaiset asiat kuormittavat tukipalveluja.

5.5 Tukipalvelujen vastaukset ja niiden luotettavuus

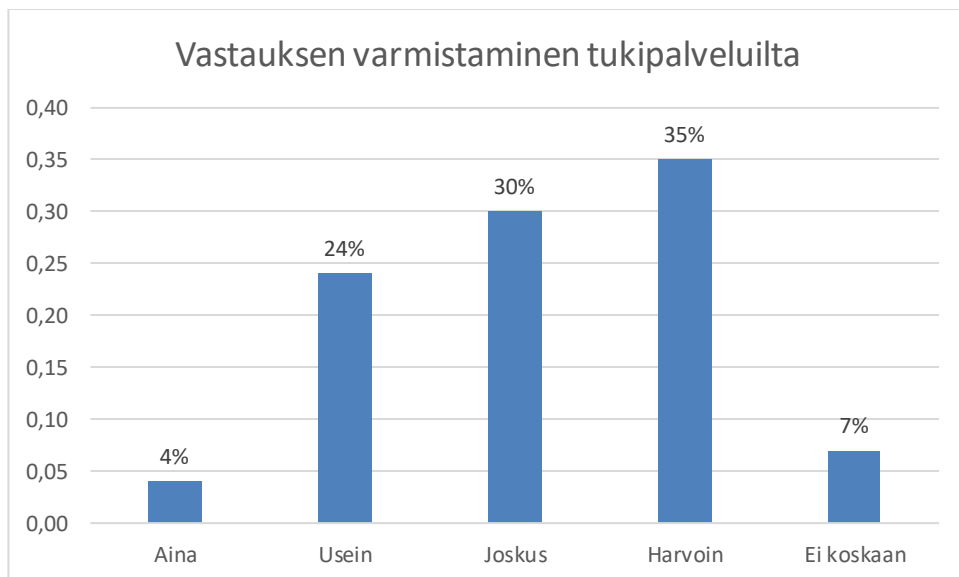
Kahdeksannessa kysymyksessä selvitettiin, miten usein vastaaja on kokenut tukipalvelun vastauksen luotettavaksi. Tässä kysymyksessä mitattiin siis suoraan asiakaspalvelijoiden luotettavuutta, ja yleisen luotettavuustason lisäksi oli myös mahdollista tutkia piirikohtaisia eroja.

Vastaajista selkeä valtaosa koki palveluneuvojan/asiakaspalveluryhmän vastaukset luotettaviksi joko aina tai usein. ”Aina”-vastauksia oli yhteensä 58 % ja ”usein”-vastauksia 34 %. ”Aina” oli yleisin vastaus jokaisella piirillä ja palvelusvuosiryhmällä.



KUVIO 7. Palveluneuvojan/asiakaspalveluryhmän vastauksen luotettavuus

Vastausten luotettavuuden jälkeen selvitettiin, miten usein vastaaja varmistaa oman vastauksensa tukipalveluilta etukäteen, kun hän on vastaamassa metsänomistajan/jäsenen kysymykseen. Vastaajista noin 89 % kertoivat varmistavansa vastauksen tukipalveluilta usein, joskus tai harvoin, ”harvoin”-vaihtoehtoon ollessa yleisin vastaus.

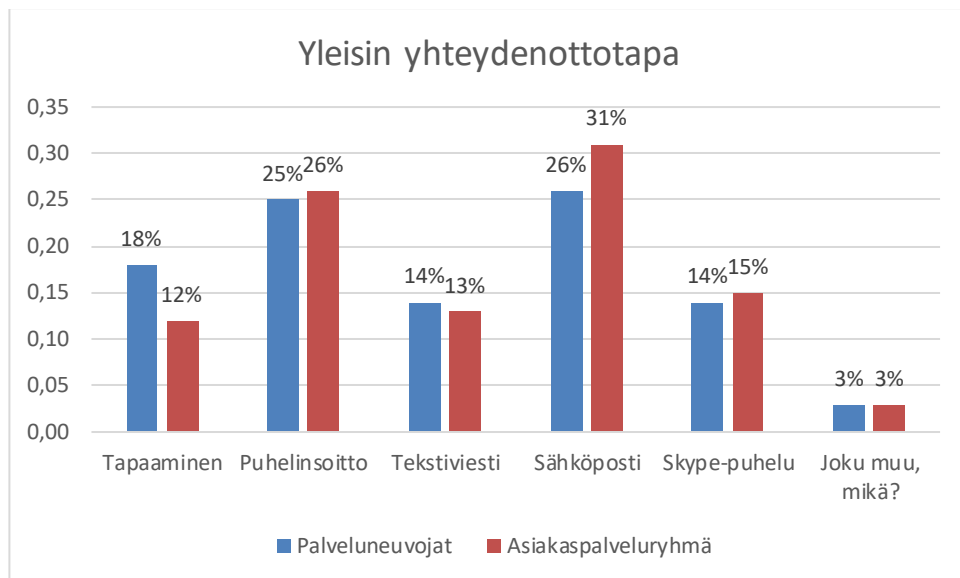


KUVIO 8. Vastauksen varmistaminen tukipalveluilta

5.6 Yleisimmät yhteydenottotavat

10. ja 11. kysymys käsittelivät vastaajien yleisintä yhteydenottotapaa, kun he ovat yhteydessä palveluneuvojiin sekä asiakaspalveluryhmään. Sähköposti oli yleisin

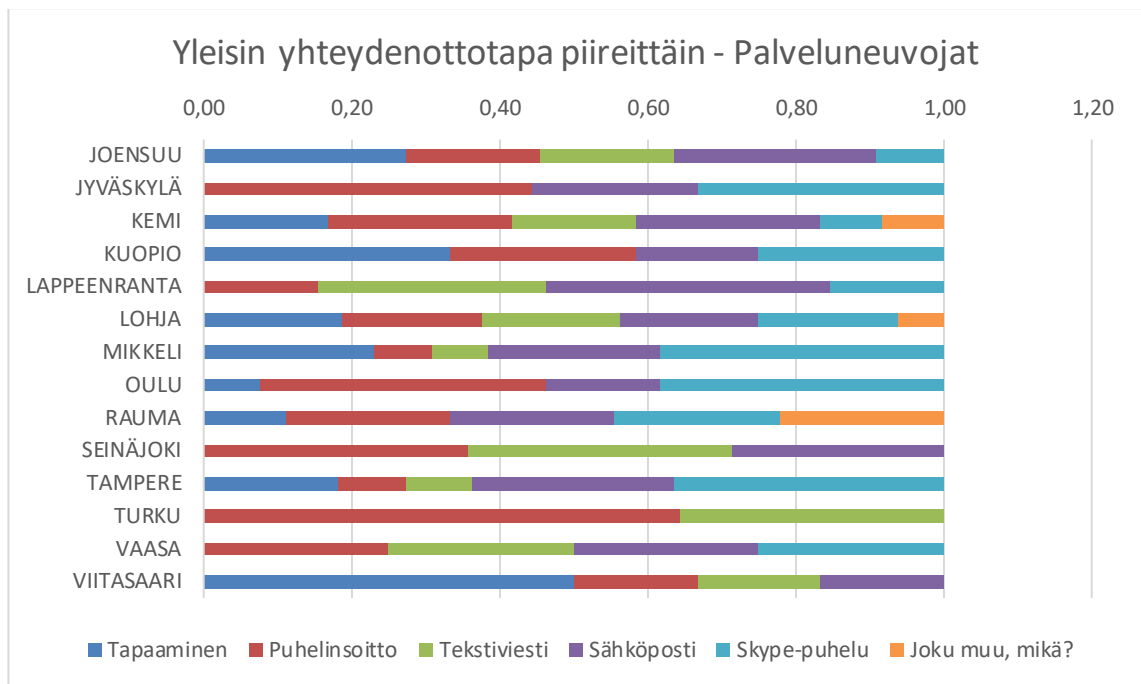
yhteydenottotapa sekä palveluneuvojilla (26 % vastaajista), että asiakaspalveluryhmällä (31 %). Lähes yhtä suosittu yhteydenottotapa oli puhelinsoitto: vastaajista 25 % ottaa yhteyttä palveluneuvojaan yleisimmin puhelinsoitolla ja vastaava luku asiakaspalveluryhmään kohdistuvissa yhteydenotoissa oli 26 %.



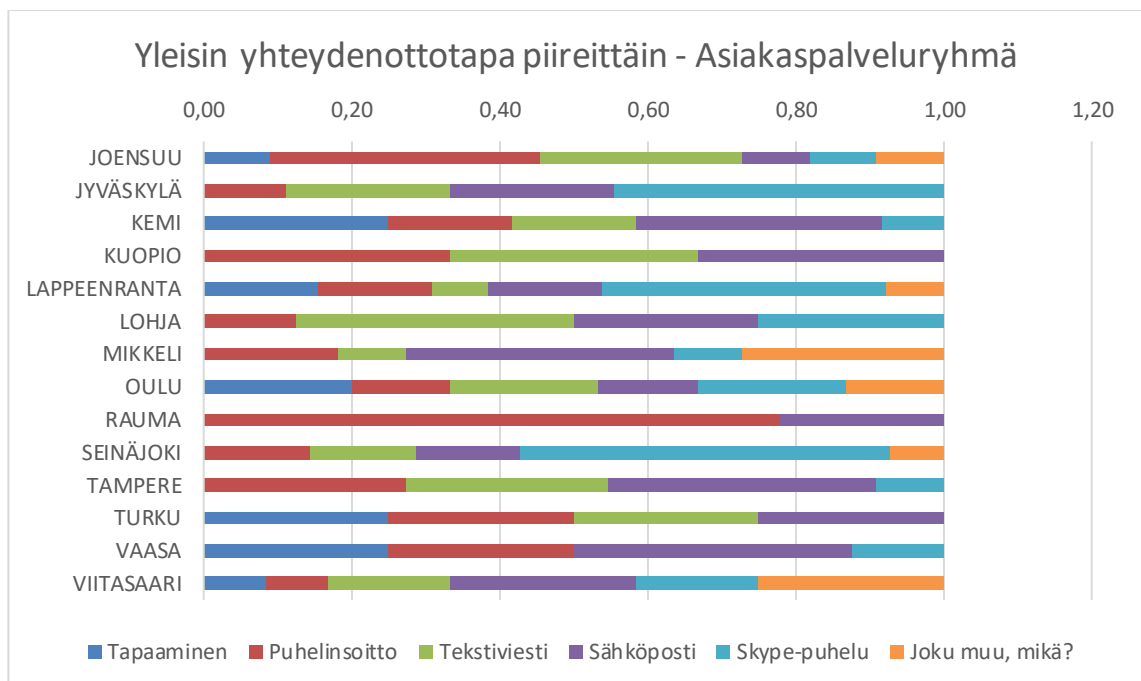
KUVIO 9. Yleisin yhteydenottotapa

”Joku muu, mikä?” -kohtaa varten vastaajalle oli tarjolla avoin lisäkohta, johon oli mahdollista kertoa se yhteydenottotapa, jota vastaaja piti yleisimpänä. Myös näiden kysymysten osalta oli tutkimustavoitteiden kannalta tärkeää tutkia piirikohtaisia eroja. Tämän lisäksi aineistosta tutkittiin eroja palvelusvuosiryhmittäin, sekä verrattiin, miten yleisimmät yhteydenottotavat palveluneuvojan kohdalla erosivat asiakaspalveluryhmän yleisimpiin yhteydenottotapoihin verrattuna.

Palvelusvuosiryhmien erot yhteydenottotavoissa olivat pieniä. Sen sijaan piireittäin oli nähtävissä selvää vaihtelevuutta yleisimmissä yhteydenottotavoissa. Esimerkiksi Viitasaaren ja Kuopion piireillä suosituin palveluneuvojan yhteydenottotapa oli tapaaminen, vaikka kaikki piirit huomioituna tapaaminen oli vasta kolmanneksi suosituin yhteydenottotapa. Myös asiakaspalveluryhmän yhteydenottotavoissa hajontaa oli melko paljon.



KUVIO 10. Yleisin yhteydenottotapa piireittäin – Palveluneuvojat



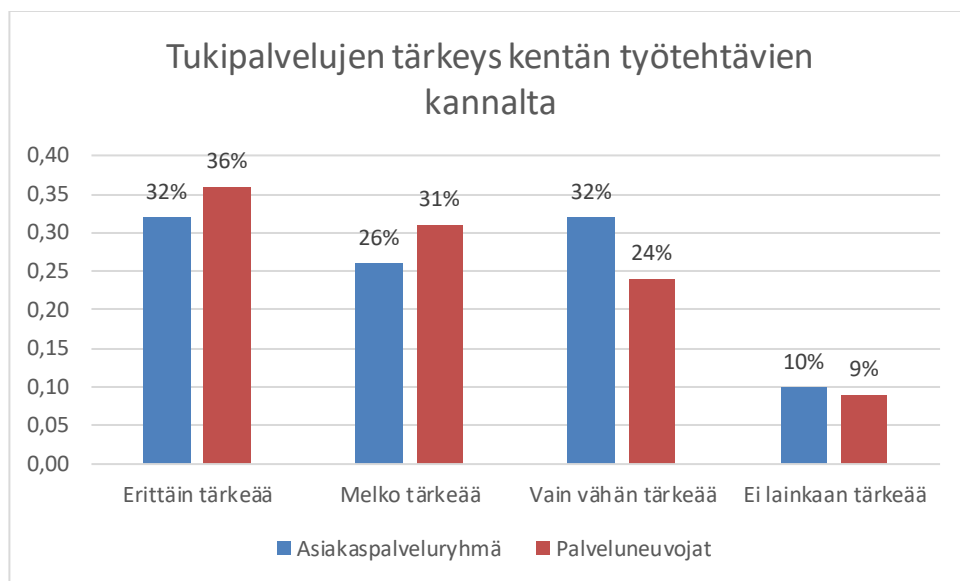
KUVIO 11. Yleisin yhteydenottotapa piireittäin – Asiakaspalveluryhmä

5.7 Tukipalvelujen tärkeys työtehtävien hoidon kannalta

Kysymykset 12. ja 13. selvittivät sitä, miten tärkeänä vastaaja pitää palveluneuvojan sekä asiakaspalveluryhmän tukipalveluja työtehtäviensä hoidon kannalta. Kysymyksen tavoitteena oli selvittää erityisesti sitä, miten tärkeäksi vastaajat kokevat asiakaspalveluryhmän tukipalvelut verrattuna palveluneuvojien tukipalveluihin, sillä

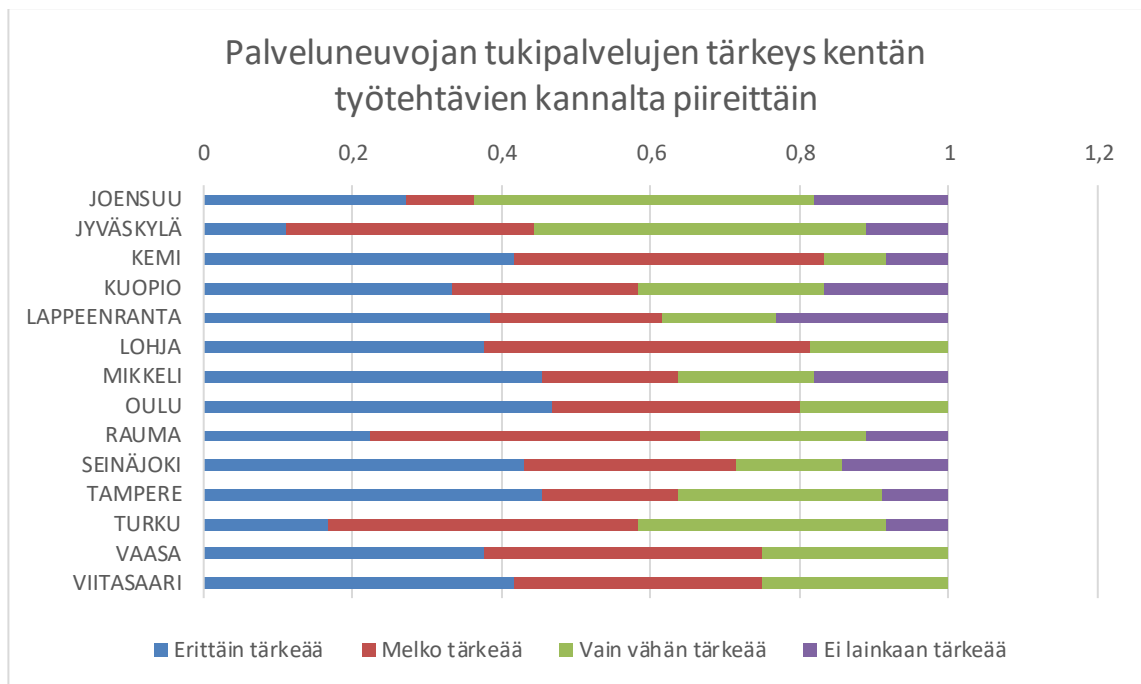
palveluneuvojat ovat olleet piireillä jo pitkään, kun taas asiakaspalveluryhmä on Metsä Forestin työntekijöille uudempi tuki- ja neuvontapalvelu.

Vastaajista yli puolet pitivät sekä palveluneuvojan, että asiakaspalveluryhmän tukipalveluja joko erittäin, tai melko tärkeänä. Toisaalta asiakaspalveluryhmän suhteen ”vain vähän tärkeää” oli suosituin vastaus yhdessä ”erittäin tärkeää” -vaihtoehdon kanssa. ”Ei lainkaan tärkeää” -vaihtoehto erottui vastauksista selvästi vähiten suosituimpana vastausvaihtoehtona.

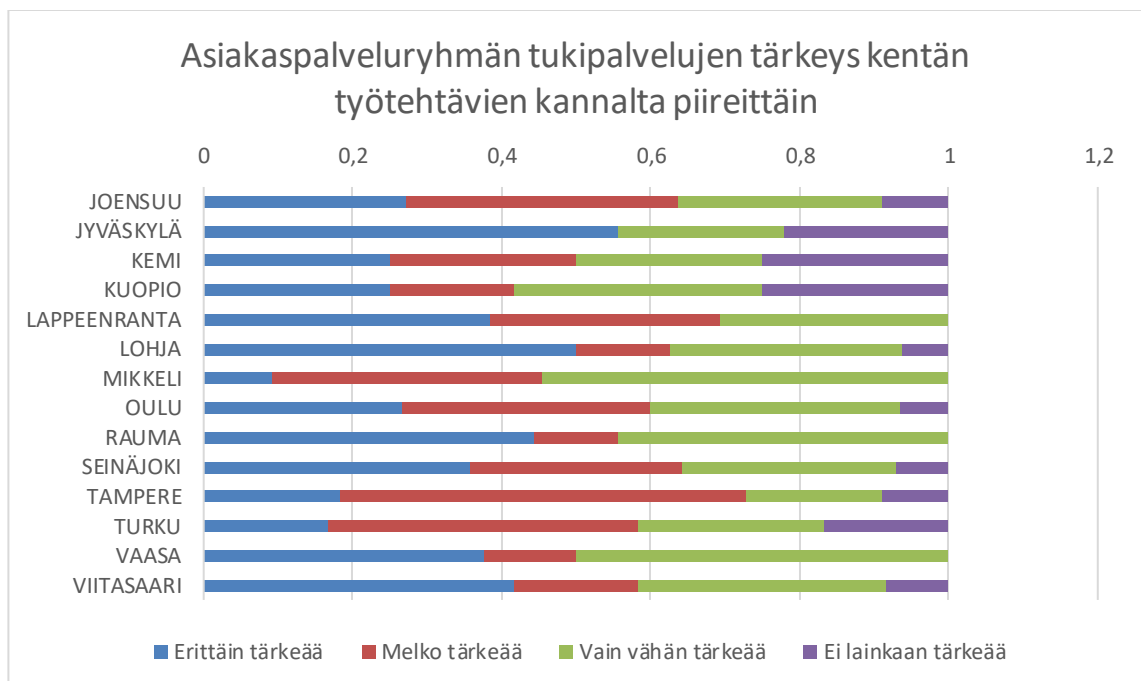


KUVIO 12. Tukipalvelujen tärkeys kentän työtehtävien kannalta

Aineiston käsittelyssä tutkittiin näiden kahden kysymysten osalta myös piirikohtaisia eroja. Valtaosa vastaajista piti palveluneuvojan tukipalveluja erittäin tai melko tärkeänä kaikilla muilla, paitsi Joensuun ja Jyväskylän piireillä. Myös asiakaspalveluryhmän tukipalveluja pidettiin joko erittäin tai melko tärkeänä suurimmalla osalla piireistä. Ainoastaan Kuopion ja Mikkelin piireillä valtaosa vastaajista vastasi joko ”vain vähän tärkeää” tai ”ei lainkaan tärkeää”.



KUVIO 13. Palveluneuvojan tukipalvelujen tärkeys piireittäin

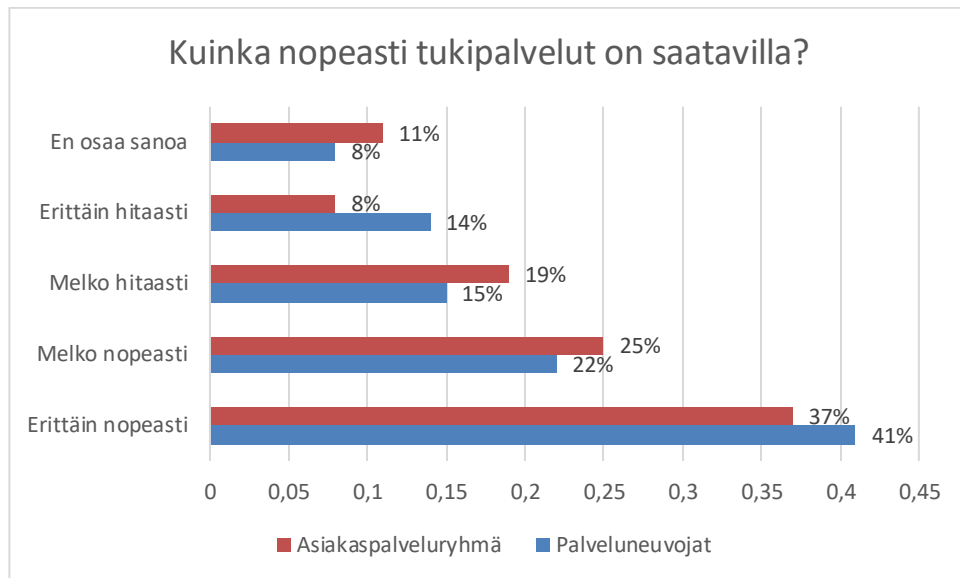


KUVIO 14. Asiakaspalveluryhmän tukipalvelujen tärkeys piireittäin

5.8 Kuinka nopeasti tukipalvelut on saatavilla?

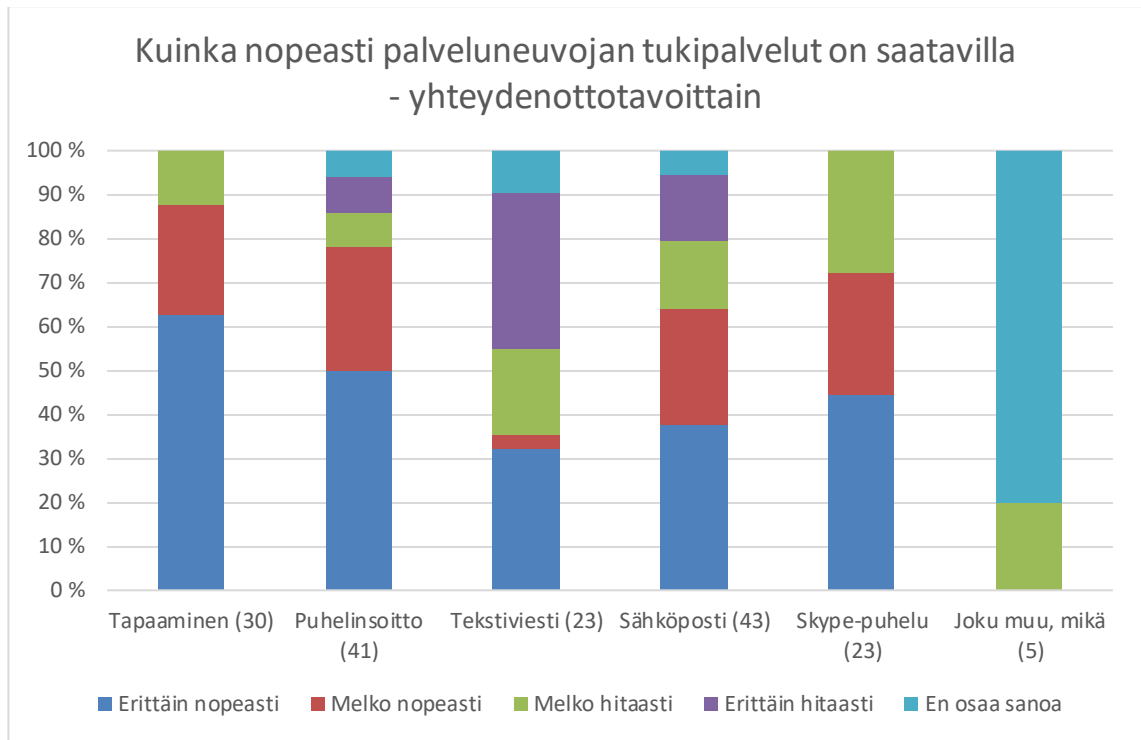
Viimeiset tämän kyselytutkimuksen määrälliset kysymykset selvittivät sitä, miten nopeasti vastaajat kokevat saavansa palveluneuvojan sekä asiakaspalveluryhmän tukipalveluja. Kuviosta 15 voidaan huomata, että vastaajista selvän valtaosan mielestä

sekä palveluneuvojan, että asiakaspalveluryhmän tukipalvelujen saatavuus koettiin joko erittäin tai melko nopeaksi.

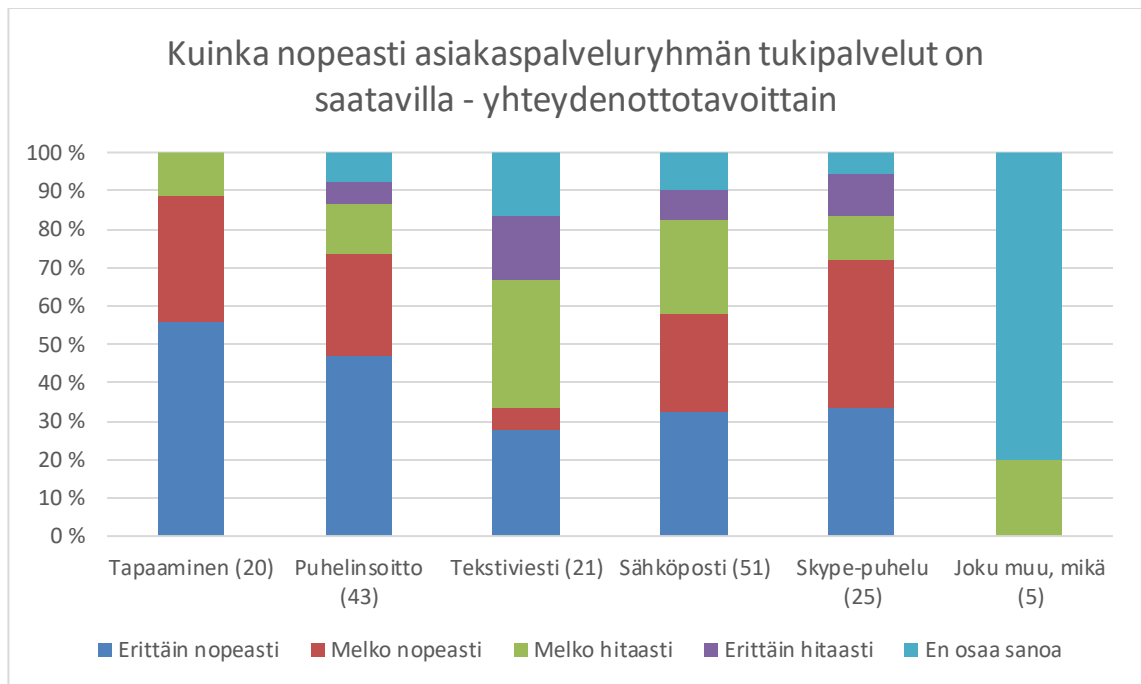


KUVIO 15. Kuinka nopeasti tukipalvelut on saatavilla?

Edellä oleviin kahteen kysymykseen sai tarkentaa vastaustaan, mikäli vastaaja oli kokenut tukipalvelujen saatavuuden melko tai erittäin hitaaksi. Tämän lisäksi tutkimuksen tavoitteiden kannalta oli selvittävää, vaikuttaako eri yhteydenottotavat siihen, kuinka nopeaksi vastaaja kokee tukipalvelut. Näiden kahden kysymyksen aineistossa keskityttiin tutkimaan, mitkä yhteydenottotavat ovat vastausten perusteella nopeimpia tukipalveluja tavoiteltaessa. Tulosten perusteella sekä palveluneuvojien, että asiakaspalveluryhmän yhteydenottotavoista tapaaminen oli keskimäärin paras, kun mitataan tukipalvelun saatavuutta. Kuvioista 16 ja 17 on nähtävissä, että tapaamisen jälkeen nopein yhteydenottotapa oli puhelinsoitto. Skype-puhelu oli kolmanneksi nopein yhteydenottotapa ennen sähköpostia ja tekstiviestiä. ”Joku muu, mikä” -yhteydenottotavassa suosituin vastaus oli ”en osaa sanoa”. Tämä selittyy sillä, että ”joku muu, mikä” -yhteydenottotavan valinneista vastaajista valtaosa ei joko tietänyt tarpeeksi hyvin palveluneuvojan/asiakaspalveluryhmän tukipalveluista, tai vastaavasti he eivät olleet käyttäneet palveluneuvojan/asiakaspalveluryhmän tukipalveluja.



KUVIO 16. Palveluneuvojan tukipalvelujen saatavuus yhteydenottotavoittain



KUVIO 17. Asiakaspalveluryhmän tukipalvelujen saatavuus yhteydenottotavoittain

5.9 Avoimet kysymykset

Kyselytutkimuksen lopussa vastaajan piti vastata kolmeen laadulliseen kysymykseen. Ensimmäisenä selvitettiin, minkä vastaaja kokee sekä palveluneuvojan, että asiakaspalveluryhmän tukipalveluissa erityisen hyvänä asiana. Toinen kysymys puolestaan kohdistui siihen, mitä palveluissa pitää vastaajan mielestä kehittää. Tutkimuksen viimeinen kohta oli ”muut avoimet kommentit”.

6 POHDINTA JA JOHTOPÄÄTÖKSET

6.1 Mukautetut tulokset

Vastauksia saatiin melko tasaisesti jokaiselta piiriltä ja palvelusvuosiryhmältä. Koska tulokset mahdollistivat riittävän otoksen edellä mainituista kategorioista, oli tämän myötä mahdollista tarkastella eri kysymysten vastauksia sekä piirien, että palvelusvuosiryhmien kannalta.

Metsäasiantuntijoiden tukipalvelujen tarve oli yleisimmin joko viikottaista tai kuukausittaista. Vastaajat, joiden tukipalvelujen tarve oli päivittäistä, olivat useimmin 0-3 vuotta Metsäliitto Osuuskunnassa toimineita metsäasiantuntijoita, joten tukipalvelujen suurempi tarve selittynee pienemmällä työkokemuksella. Vastaavasti vastaajat, jotka eivät koe tarvitsevansa lainkaan tukipalveluja, ovat useammin 4-15 tai yli 16 vuotta Metsäliitto Osuuskunnassa palvelleita metsäasiantuntijoita, joilla on pidempi työhistoria Metsäliitto Osuuskunnassa.

Tukipalvelun tarve ei selvän valtaosan mielestä ollut suurimmillaan jonain tiettyinä ajankohtana. Tukipalvelujen jakaantumisessa erottuu selvästi, että palveluneuvojilla on iso panos etenkin puukauppaan liittyvissä tukipalveluissa. Samalla tavalla asiakaspalveluryhmän panos jäsenhallinnossa on korkealla, joten toimintojako tukipalvelujen välillä näyttäisi olevan hyvin selvillä metsäasiantuntijoilla.

Tukipalvelujen vastaukset koettiin metsäasiantuntijoiden toimesta erittäin luotettaviksi, jonka perusteella tukipalvelut ovat Metsäliitto Osuuskunnassa erittäin korkealla tasolla. Lisäksi sekä palveluneuvojan, että asiakaspalveluryhmän tukipalvelujen saatavuus oli valtaosan mielestä nopeaa. Yhteydenottotavoissa oli kuitenkin havaittavissa selkeää hajontaa. Tulosten perusteella tapaaminen ja puhelinsoitto olivat keskimäärin nopeimpia yhteydenottotapoja, joten niitä kannattaisi käyttää enemmän, ja jättää esimerkiksi tekstiviestiyhteydenotot pois. Tapaaminen ensisijaisena yhteydenottotapana vaatii tosin sitä, että tuen palveluntarjoajan sijainti olisi metsäasiantuntijan kanssa samalla toimistolla, joten tapaamisten lisääminen ensisijaisena yhteydenottotapana voi olla tästä syystä haastavaa.

Tukipalvelujen käytössä oli metsäasiantuntijoiden välillä jonkin verran vaihtelua, kuten myös siinä, kuinka tärkeänä niitä pidettiin. Kokonaisuudessaan tukipalvelujen käyttö oli kuitenkin melko säännöllistä, jonka lisäksi tukipalveluita arvostettiin enemmän, kuin väheksyttiin. Tukipalveluita pidettiin todennäköisesti tärkeänä siksi, että niiden taso ja laatu olivat vastaustulosten perusteella korkealla.

6.2 Yleinen pohdinta ja johtopäätökset

Kyselyn vastausprosenttia (55,4 %) voidaan pitää riittävän hyvänä tutkimuksen luotettavuuden kannalta. Vastaajien määrää lisäsi todennäköisesti se, että kysely lähetettiin Metsä Groupin markkinoinnin sähköpostin kautta, joka mahdollisti automaattisen muistutusviestin lähettämisen niille, jotka eivät ensimmäisen viikon jälkeen olleet vielä vastanneet kyselyyn. Vaikka en itse saanut käyttöoikeuksia tutkimuksessa käytettyyn Digium-työkaluun, kyselyn lähettäminen sekä vastausaineiston vastaanottaminen toimi hyvin sähköpostin sekä Skypen kautta.

Kyselytutkimuksen oli tarkoitus olla luonteeltaan sellainen, että sen pystyisi toistamaan vuosittain. Kyselyn toteuttamisen sekä vastausaineiston analysoinnin ja kehittämisraportin laadinnan jälkeen voidaan päätellä, että se on mahdollista, mutta joihinkin kysymyksiin voisi tehdä joitakin muokkauksia. Kysymykset 6. ja 7., joissa arvioidaan prosenttilukuina sitä, miten palveluneuvojan tukitarpeet jakaantuvat eri aihealueisiin, kaipaisivat lisävastausvaihtoehdoksi ”en ole käyttänyt palveluneuvojan/asiakapalveluryhmän tukipalveluja”. Vaikka selvä valtaosa vastaajista on käyttänyt sekä palveluneuvojan, että asiakaspalveluryhmän tukipalveluja, niin kyselyyn vastanneista jotkut kommentoivat, etteivät he ole käyttäneet lainkaan kyseisiä tukipalveluja. Kysymyksissä 11. ja 12., joissa selvitetään vastaajan yleisintä yhteydenottotapaa tukipalveluita käytettäessä, voisi lisävastausvaihtoehdoksi tuoda vaihtoehdon ”en ole käyttänyt”. Tällaiset vastaajat olivat kuitenkin selvässä vähemmistössä kyselyssä, ja tukipalvelut tulevat kaikille metsäasiantuntijoille vastaan jossain kohtaa omaa työuraa Metsä Forestilla. Muuten kyselytutkimuksen kysymyksissä ei ole korjattavaa, jos se aiotaan toistaa tulevaisuudessa.

Kyselytutkimuksen rakentaminen sekä kvantitatiiviseksi, että kvalitatiiviseksi oli hyvä päätös. Metsä Forestin tuki- ja neuvontapalvelujen nykytason määrittämisessä määrällisistä kysymyksistä saatiin luotettavaa, mitattavissa olevaa tietoa, jonka avulla

kehittämisraporttiin pystyttiin tuottamaan vastausaineistoon perustuvia taulukoita ja diagrammeja. Myös määrällisten kysymysten lisäkohdat olivat hyödyllisiä. Varsinkin ne vastaajat, jotka eivät tunteneet tai tienneet palveluneuvojan tai asiakaspalveluryhmän tukipalveluista paljoakaan, koska tukipalvelujen käyttö on ollut vähäistä, saivat kerrottua tämän avoimissa lisäkohdissa, jonka myötä myös kyselytutkimuksen kehitysehdotukset oli helppo laatia kehittämisraporttiin.

Laadulliset kysymykset onnistuivat olemaan sopivia, täydentäviä kysymyksiä, koska näiden vastausten perusteella sai selkeän kuvan siitä, mitkä asiat tukipalveluissa ovat tällä hetkellä kunnossa sekä missä löytyy kehitettävää. Avoimista kysymyksistä listattiin tilaajalle palautettuun kehittämisraporttiin erityisesti ne asiat, joita useampi metsäasiantuntija oli tuonut esiin vastauksissaan. Täten metsäasiantuntijoiden suora palaute saatiin välitettyä kehittämisraporttiin määrällisistä kysymyksistä laadittujen taulukoiden ja kuvioiden jatkoksi.

Tutkimusta voidaan pitää kokonaisuudessaan onnistuneena, koska ennen tutkimusta laaditut tavoitteet saavutettiin pääosin hyvin. Sekä määrällisiä, että laadullisia kysymyksiä pystyttiin hyödyntämään, kun sisäisen asiakaspalvelun kysynnän ja tarjonnan tasapainoa sekä metsäasiantuntijoiden tyytyväisyyttä tukipalveluihin analysoitiin.

Koska kyselytutkimuksen kysymykset mahdollistavat sen toteuttamisen uudelleen, voidaan Metsä Forestilla hyödyntää tässä opinnäytetyössä käsiteltävää tutkimusta, ja verrata tuloksia mahdolliseen tulevaisuudessa teetettävään tutkimukseen. Mahdollisen uuden tutkimuksen jälkeen Metsä Forestilla voitaisiin arvioida, mihin suuntaan sisäinen tuki- ja neuvontapalvelu on kehittynyt sekä saada selville, miten alueelliset erot eri hankintapiirien välillä ovat muuttuneet.

On mahdollista, että Metsä Forestilla tullaan toistamaan tämän tutkimuksen kysely säännöllisesti vuosittain. Sen avulla pystyttäisiin pitämään jatkuvaa seuranta Metsä Forestin sisäisten tuki- ja neuvontapalvelujen toimivuudesta ja sujuvuudesta. Tutkimuksen säännöllinen toistaminen olisi hyödyllistä myös sen kannalta, että vuosittaisten tutkimustulosten kautta myös sisäisen asiakaspalvelun kehittämisestä saataisiin jatkuvaa. Tämä palvelisi Metsä Forestia siinä, että sisäisen asiakaspalvelun kehittymisen myötä edistysaskeleita pystyttäisiin ottamaan myös ulkoisten asiakkaitten

asiakaspalvelussa. Sisäisen asiakaspalvelun ja kenttähenkilöstön välisen toimintamallin jatkuvan kehittämisen ja selkeyttämisen seurauksena asiakaskokemusta Metsä Forestilla saataisiin vietyä vielä yhdenmukaisempaan ja pysyvämpään suuntaan.

LÄHTEET

Grönroos, C. 2009. Palvelujen johtaminen ja markkinointi. WSOYpro.

Heikkilä, T. 2014. Kvantitatiivinen tutkimus. Edita Publishing Oy. Luettu 12.7.2016.
<http://www.tilastollinentutkimus.fi/1.TUTKIMUSTUKI/KvantitatiivinenTutkimus.pdf>

Metsä Forest. 2016. Luettu 26.5.2016.
<https://www.metsaforest.com/fi/Yritys/Pages/default.aspx>

Metsä Group. Asiakaspalveluryhmän kuulumiset. Intranet. 13.10.2015. Luettu 27.5.2016. <http://intra.metsagroup.com/fi/News/WS/Sivut/Aspan-toimenkuvia-tasmennetty.aspx>

Metsä Group. 2016. Luettu 26.5.2016.
<http://www.metsagroup.com/fi/yhtio/Pages/default.aspx>

Metsä Group. Metsä Forest Organisaatio. Intranet. 1.6.2016. Luettu 2.6.2016.
<http://intra.metsagroup.com/fi/tukijapalvelut/ws-toiminta/Toimintajärjestelmädokumentit/Tiedostot/Metsä%20Forest%20Organisaatio.pptx>

Metsä Group. Jäsenpalvelu tukee puukauppaa ja palvelumyyntiä. Intranet. 9.6.2014. Luettu 27.5.2016. <http://intra.metsagroup.com/fi/News/WS/Sivut/Jasenpalvelu-uudessa-organisaatiossa.aspx>

Metsä Group. Metsä Forestin uusi organisaatio asettautumassa lähtökuoppiin. Intranet. 26.3.2014. Luettu 26.5.2016. <http://intra.metsagroup.com/fi/News/WS/Sivut/Uusi-organisaatio-asettautumassa-.aspx>

Metsä Group. Vastuualuekuvaus Asiakaspalveluvastaava. Intranet. 17.11.2015. Luettu 27.5.2016.
<http://intra.metsagroup.com/fi/tukijapalvelut/ws-toiminta/Vastuiden-toimintojen-kuvaukset/Vastuualuekuvaukset/Vastuualuekuvaus%20Asiakaspalveluvastaava.pdf>

Metsä Group. Vastuualuekuvaus MA, metsäomaisuuden hoito. Intranet. 10.6.2014. Luettu 26.5.2016.
<http://intra.metsagroup.com/fi/tukijapalvelut/ws-toiminta/Vastuiden-toimintojen-kuvaukset/Vastuualuekuvaukset/Vastuualuekuvaus%20MA,%20mets%C3%A4omaisuuden%20hoito.pdf>

Metsä Group. Vastuualuekuvaus MA, puukauppa ja metsäpalvelut. Intranet. 10.6.2014. Luettu 26.5.2016.
<http://intra.metsagroup.com/fi/tukijapalvelut/ws-toiminta/Vastuiden-toimintojen-kuvaukset/Vastuualuekuvaukset/Vastuualuekuvaus%20MA,%20puukauppa%20ja%20mets%C3%A4palvelut.pdf>

Metsä Group. Vastuualuekuvaus Palveluneuvoja. Intranet. 10.6.2014. Luettu 27.5.2016.
<http://intra.metsagroup.com/fi/tukijapalvelut/ws-toiminta/Vastuiden-toimintojen-kuvaukset/Vastuualuekuvaukset/Vastuualuekuvaus%20Palveluneuvoja.pdf>

Metsä Group. Vastuualuekuvaus Piiripäällikkö. Intranet. 10.6.2014. Luettu 26.5.2016.
<http://intra.metsagroup.com/fi/tukijapalvelut/ws-toiminta/Vastuiden-toimintojen-kuvaukset/Vastuualuekuvaukset/Vastuualuekuvaus%20Piirip%C3%A4%C3%A4llikk%C3%B6.pdf>

Ojasalo, J & Ojasalo, K. 2010. B-toB-palvelujen markkinointi. Wsoypro.

Pesonen, H-L., Lehtonen, J. & Toskala, A. 2002. Asiakaspalvelu vuorovaikutuksena – Markkinointia, viestintää, psykologiaa. PS-kustannus.

Valvio, T. 2010. Palvelutapahtuma ja asiakkaan kohtaaminen. Kariston Kirjapaino Oy.

LIITTEET

Liite 1. Kyselylomake

Tämä kyselytutkimus käsittelee palveluneuvojen ja asiakaspalveluryhmän kenttähenkilöstölle tuottamia tukipalveluita. Tukipalvelulla tarkoitetaan palveluneuvojen ja asiakaspalveluryhmän kenttähenkilöstölle tuottamaa palvelua ja tiedonvaihtoa liittyen esimerkiksi jäsenpalveluihin, puukauppaan sekä taloushallintoon. Kysely on suunnattu kaikille Metsäliitto Osuuskunnan metsäasiantuntijoille ja omaisuudenhoidajille. Vastaamalla tähän kyselyyn autat puunhankinnan sisäisen asiakaspalvelun kehittämisessä.

Teen tämän kyselyn osana Tampereen ammattikorkeakoulun metsätalouden koulutusohjelman opinnäytetyötä, joka on Metsäliitto Osuuskunnan toimeksi antama.

Kyselyyn vastaaminen vie noin kymmenen minuuttia. Tiedot käsitellään luottamuksellisesti. Kiitos vastauksistasi!

1. Vastaajan piiri:

- | | |
|---------------------------------------|-------------------------------------|
| <input type="checkbox"/> Joensuu | <input type="checkbox"/> Oulu |
| <input type="checkbox"/> Jyväskylä | <input type="checkbox"/> Rauma |
| <input type="checkbox"/> Kemi | <input type="checkbox"/> Seinäjoki |
| <input type="checkbox"/> Kuopio | <input type="checkbox"/> Tampere |
| <input type="checkbox"/> Lappeenranta | <input type="checkbox"/> Turku |
| <input type="checkbox"/> Lohja | <input type="checkbox"/> Vaasa |
| <input type="checkbox"/> Mikkeli | <input type="checkbox"/> Viitasaari |

2. Palvelusvuosien määrä Metsäliitto Osuuskunnassa:

- ☐ 0-3 vuotta
- ☐ 4-15 vuotta
- ☐ Yli 16 vuotta

3. Kuinka usein tarvitset palveluneuvojan tukipalveluja?

- ☐ Päivittäin
- ☐ Viikoittain
- ☐ Kuukausittain
- ☐ Vähemmän kuin kerran kuukaudessa
- ☐ En lainkaan

4. Kuinka usein tarvitset asiakaspalveluryhmän tukipalveluja?

- ☐ Päivittäin
- ☐ Viikoittain
- ☐ Kuukausittain
- ☐ Vähemmän kuin kerran kuukaudessa
- ☐ En lainkaan

5. Koetko, että vuoden aikana on joku tietty ajankohta, jolloin tukipalvelun tarve on suurimmillaan?

- ☐ Kyllä
- ☐ Ei

Jos vastasit ”kyllä”, milloin koet tukipalvelun tarpeen suurimmaksi?

6. Arvioi prosenttilukuina, miten palveluneuvojan tukitarpeesi jakaantuu eri aihealueisiin:

Jäsenhallinto:	_____ %
Puukauppa:	_____ %
Osuussijoittaminen	_____ %
Muut jäsentiedot	_____ %
Metsäverkko	_____ %
Muut sähköiset palvelut	_____ %
Muut asiat	_____ %

Jos sisällytit arvioosi ”muut sähköiset palvelut” tai ”muut asiat”, niin mainitse, mitä: _____

7. Arvioi prosenttilukuina, miten asiakaspalveluryhmän tukitarpeesi jakaantuu eri aihealueisiin:

Jäsenhallinto	_____ %
Puukauppa	_____ %
Osuussijoittaminen	_____ %
Muut jäsentiedot	_____ %
Metsäverkko	_____ %
Muut sähköiset palvelut	_____ %
Muut asiat	_____ %

Jos sisällytit arvioosi ”muut sähköiset palvelut” tai ”muut asiat”, niin mainitse,
mitä: _____

8. Saatuaani vastauksen palveluneuvojalta/asiakaspalveluryhmältä, koen, että vastaus on ollut luotettava:

- ☐ Aina
- ☐ Usein
- ☐ Joskus
- ☐ Harvoin
- ☐ Ei koskaan

9. Kun olet vastaamassa metsänomistajan/jäsenen kysymykseen, kuinka usein koet tarpeelliseksi varmistaa vastauksesi tukipalveluilta?

- ☐ Aina
- ☐ Usein
- ☐ Joskus
- ☐ Harvoin
- ☐ En koskaan

10. Mikä on yleisin yhteydenottotapasi, kun käytät palveluneuvojan tukipalveluita?

- ☐ Tapaaminen
- ☐ Puhelinsoitto
- ☐ Tekstiviesti
- ☐ Sähköposti
- ☐ Skype-puhelu
- ☐ Joku muu, mikä? _____

11. Mikä on yleisin yhteydenottotapasi, kun käytät asiakaspalveluryhmän tukipalveluita?

- ☐ Tapaaminen
- ☐ Puhelinsoitto
- ☐ Tekstiviesti
- ☐ Sähköposti
- ☐ Skype-puhelu
- ☐ Joku muu, mikä? _____

12. Kuinka tärkeäksi koet palveluneuvojan tukipalvelut työtehtäviesi hoidon kannalta?

- ☐ Erittäin tärkeäksi
- ☐ Melko tärkeäksi
- ☐ Vain vähän tärkeäksi
- ☐ En lainkaan tärkeäksi

13. Kuinka tärkeäksi koet asiakaspalveluryhmän tukipalvelut työtehtäviesi hoidon kannalta?

- ☐ Erittäin tärkeäksi
- ☐ Melko tärkeäksi
- ☐ Vain vähän tärkeäksi
- ☐ En lainkaan tärkeäksi

14. Kuinka nopeasti koet saavasi palveluneuvojan tukipalveluja?

- ☐ Erittäin nopeasti
- ☐ Melko nopeasti
- ☐ Melko hitaasti
- ☐ Erittäin hitaasti
- ☐ En osaa sanoa

Jos vastasit ”melko tai erittäin hitaasti”, millaisissa tilanteissa olet joutunut odottamaan tukipalvelun saatavuutta?

15. Kuinka nopeasti koet saavasi asiakaspalveluryhmän tukipalveluja?

- ☐ Erittäin nopeasti
- ☐ Melko nopeasti
- ☐ Melko hitaasti
- ☐ Erittäin hitaasti
- ☐ En osaa sanoa

Jos vastasit ”melko tai erittäin hitaaksi”, millaisissa tilanteissa olet joutunut odottamaan tukipalvelun saatavuutta?

16. Mikä palveluneuvojan ja asiakaspalveluryhmän tukipalveluissa on erityisen hyvää?

Palveluneuvojat:

Asiakaspalveluryhmä:

17. Mikä on mielestäsi tärkein kehitettävä palvelu?

Palveluneuvojat:

Asiakaspalveluryhmä:

18. Muut avoimet kommentit:
